

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za povijest umjetnosti

Diplomski rad

***PLAKATI ZA IZLOŽBE MUZEJA ZA UMJETNOST I OBRT OD
1950-IH DO DANAS***

Ornela Čop

mentorica: dr. sc. Lovorka Magaš Bilandžić

ZAGREB, 2017.

Temeljna dokumentacijska kartica

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za povijest umjetnosti
Diplomski studij

Diplomski rad

Plakati za izložbe Muzeja za umjetnost i obrt od 1950-ih do danas

Exhibition Posters of the Museum of Arts and Crafts in Zagreb from 1950s to the Present

Ornela Čop

SAŽETAK

U radu su kronološki obrađeni pojedini plakati izložbi Muzeja za umjetnost i obrt od 1950-ih do danas. Plakati za izložbe MUO pokazali su se kao uspješno reklamno sredstvo koje osim svoje informativne funkcije govori i o duhu vremena i načinu promišljanja oblikovanja. Između ostalih, prate se radovi Ivana Picelja koji je bio najprominentniji autor u gotovo dva desetljeća (1962.–1980.) količinom i kvalitetom svojih plakata za Muzej, čime ta institucija postaje promotor dobrog hrvatskog dizajna. Muzej za umjetnost i obrt još od svog osnutka 1880. prati i educira okolinu i trudi se ići ukorak sa suvremenim trendovima oglašavanja kroz angažiranje hrvatskih umjetnika iz područja grafičkog dizajna za izradu izložbenih plakata.

Rad je pohranjen u: knjižnici Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Rad sadrži: 77 stranica, 99 reprodukcija. Izvornik je na hrvatskom jeziku.

Ključne riječi: izložba, marketing, Muzej za umjetnost i obrt, Ivan Picelj, plakat, vizualni identitet, umjetnost

Mentorica: dr. sc. Lovorka Magaš Bilandžić, doc.

Ocjenjivači: dr. sc. Jasna Galjer, red. prof.

dr. sc. Frano Dulibić, red. prof

Datum prijave rada: 04.09.2015.

Datum predaje rada: 31.01.2017.

Datum obrane rada: 07.02.2017.

Ocjena: odličan (5)

Ja, Ornela Čop, diplomantica na Istraživačkom smjeru – modul Moderna i suvremena umjetnost na Odsjeku za povijest umjetnosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, izjavljujem da je diplomski rad pod nazivom „Plakati za izložbe Muzeja za umjetnost i obrt od 1950-ih do danas“ rezultat mog istraživanja i u potpunosti samostalno napisan. Također izjavljujem da nijedan dio diplomskoga rada nije izravno preuzet iz nenavedene literature ili napisan na nedozvoljen način te da se tekst u potpunosti temelji na literaturi kako je navedeno u bilješkama, uz poštivanje etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora.

U Zagrebu, siječanj 2017.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Muzej za umjetnost i obrt – crtice iz povijesti	3
3. Plakati za kulturne manifestacije u Hrvatskoj.....	5
4. Grafičko oblikovanje plakata Muzeja za umjetnost i obrt 1950-ih.....	8
5. Grafički dizajn plakata Muzeja za umjetnost i obrt 1960-ih.....	10
5.1. Ivan Picelj i plakati Muzeja za umjetnost i obrt	10
5.1.1. Piceljev grafički dizajn 1950-ih, prije angažmana u Muzeju za umjetnost i obrt.....	10
5.1.2. Opća obilježja plakata Ivana Picelja tijekom 1960-ih	12
5.1.3. Plakati za novi stalni postav Muzeja za umjetnost i obrt 1962.....	12
5.1.4. Plakati za izložbe u Muzeja za umjetnost i obrt 1960-ih	14
5.1.5. Djelovanje u drugoj polovici 1960-ih	18
6. Plakati Muzeja za umjetnost i obrt 1970-ih	21
6.1. Mihajlo Arsovski	21
6.2. Plakati Ivana Picelja u 1970-ima i oblikovanje logotipa Muzeja za umjetnost i obrt	25
6.2.1. Usporedba dvaju Piceljevih plakata iz 1969. i 1977.....	26
6.2.2. Logotip Muzeja za umjetnost i obrt – pitanje vizualnog identiteta	27
6.3. Ostali autori 1970-ih.....	28
6.3.1. Branimir Baković.....	28
6.3.2. Ratko Petrić.....	30
6.3.3. Plakati s kraja 1970-ih	30
7. Plakati Muzeja za umjetnost i obrt u 1980-ima.....	32
7.1 Boris Bućan	32
7.2. Zoran Pavlović.....	33
7.3. Fedor Ličina.....	34
7.4. Boris Ljubičić – Izložba <i>Hrvatski narodni preporod</i> , 1985.	36
7.5. Alfred Pal.....	37
7.6. Milan Vulpe.....	38
7.7. Likovnost plakata Nenada Dogana i Vere Dajht-Kralj	39
8. Plakati za izložbe Muzeja za umjetnost i obrt u 1990-ima	41
8.1. Uloga marketinga u Muzeju za umjetnost i obrt u novije vrijeme	44
8.2. Veliki kulturološki izložbeni projekti	46

8.2.1. Ranko Novak	46
8.2.2. ArTresor i Studio Rašić	47
9. Novi pristup oglašavanju u Muzeju za umjetnost i obrt nakon 2000	49
9.1. Ranko Novak – plakati u 2000-ima	52
9.2. Bachrach & Krištofić	54
9.3. Studio Oaza	55
9.4. Studio Bilić_Müller	56
10. Prema zaključku	57
11. Popis literature	60
11.1. Knjige	60
11.2. Poglavlja u knjizi	62
11.3. Članci	62
11.4. Arhivski izvori	64
11.5. Predavanja	64
11.6. Internetski izvori	64
12. Popis slikovnih priloga	66
13. Popis reproduciranih plakata	75
14. Summary	77

1. Uvod

Glavna ideja diplomskog rada o plakatima izložbi Muzeja za umjetnost i obrt od 1950. do danas bila je kronološki prikazati najvažnija dizajnerska ostvarenja u jednom od muzejskih promidžbenih medija: plakatu.¹ Muzej za umjetnost i obrt jedan je od najvećih muzeja u Hrvatskoj, a produkcija izložbi kroz povijest te institucije vrlo je bogata i raznolika. Plakati koji slijede izložbe bitna su stavka cjelokupnog dojma muzeja: osim što, postavljeni na javnom prostoru, pozivaju zainteresirane da posjete događanje, svojim načinom oblikovanja utječu na percepciju institucije. Cilj rada je valorizirati plakate u odnosu na njihov proces nastanka i uspješnost komunikacije s korisnicima. Plakati za muzejske izložbe na našim prostorima imaju dugu povijest, kojoj je također dan uvodni prostor u radu, a predstavljena su i kvalitetna grafička rješenja od početka dvadesetog stoljeća. Oblikovanje plakata za izložbe mijenja se 1950-ih, kada u praksi oživljavaju teorijske postavke grupe Exat 51. Član te grupe, Ivan Picelj, radio je plakate za stalni postav MUO i plakate za izložbe (većinom u tehnici serigrafije) sve do 1980-ih i čime (p)ostaje dominantna ličnost u povijesti oglašavanja za izložbe Muzeja. Uz Picelja, plakate su radili i Mihajlo Arsovski te Boris Bućan, ali i čitav niz umjetnika koji su se i inače bavili grafičkim oblikovanjem (između ostalih i Ratko Petrić, Alfred Pal, Fedor Ličina). Od sredine 1980-ih MUO se okreće prema novim potrebama tržišta i radi velike izložbene projekte koje odlikuje načelo *total designa*, a izradu plakata (koji su samo dio promotivnog materijala) preuzimaju dizajnerski studiji, kao što su Studio International Borisa Ljubičića, ArTresor i Studio Rašić te tandem Bachrach & Krištofić. Oni svojim propitivanjem definicija medija plakata i novim pogledima na rješavanje problema grafičkog oblikovanja „udišu“ novu svježinu u svijet digitalno oblikovanih plakata, ali i drugih promidžbenih materijala.

Tema plakata za događanja iz područja kulture u Hrvatskoj nije sustavno istraživana: obrađivao ih je Predrag Haramija u katalogima za izložbe *Hrvatski kazališni plakat: Plakati HNK u Zagrebu* (1991.) i *70. godina filmskog plakata u Hrvatskoj* (1989.). Feđa Vukić je pisao o plakatima za Muzičko biennale u katalogu izložbe *Harmonija i semantika: izbor plakata Muzičkog biennala, Zagreb, 1961.–2011.* (2011.).

¹ U radu se analizira 87 plakata u razdoblju 1951. – 2016. i radi se o selekciji reprezentativnih rješenja koja daju uvid u razvoj vizualnog identiteta institucije. Prema podacima Dokumentacijskog odjela MUO (siječanj 2017.) u razdoblju od otvorenja stalnog postava MUO 1951. do 2016. realizirane su 774 izložbe.

Renata Gotthardi-Škiljan bavila se poviješću plakata u katalogu izložbe *Plakat u Hrvatskoj do 1941.* (1975.), u kojemu značajnu dionicu čine plakati za kulturne manifestacije. Lada Kavurić dodatno je istraživala temu u knjizi *Hrvatski plakat do 1940.* (1999.) i katalogu izložbe *Stoljeće hrvatskog plakata* (2001.). Održavale su se i izložbe posvećene plakatima uz koje su publicirani katalozi i članci koji prate manifestaciju. U novije vrijeme to su bile izložbe poput: *Plakati Zagrebačkog zbora: od 1910.–1940.: iz fundusa Kabineta grafike*, održane u Kabinetu grafike i Zagrebačkom velesajmu 2002., izložba dijelom posvećena secesijskim plakatima² – *Secesija u Hrvatskoj*, održana u Muzeju za umjetnost i obrt 2003., *Zvonimir Faist - diktati vremena: plakati od kasnih 1930-tih do ranih 1960-tih* u Muzeju grada Zagreba 2003., *Umjetnost uvjeravanja: oglašavanje u Hrvatskoj: 1835.–2005.* u Muzeju za umjetnost i obrt 2006., i *Prvaci hrvatskoga plakata: Csikos, Crnčić, Krizmanić, Babić: uz 150. obljetnicu Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti* u Kabinetu grafike HAZU 2011.

Temu plakata za izložbe proučava Tončika Cukrov, kustosica zbirke muzejskih plakata u Muzejskom dokumentacijskom centru, a pisala je o toj temi u katalogu izložbe *20 plakata Muzejskog dokumentacijskog centra, 1980–2000.* održane u Muzeju Mimara 2000. (a kasnije i na raznim drugim lokacijama u Hrvatskoj). Rad na temu nastavila je u sklopu izložbe *Plakati – svjedoci Meštrovićeva vremena* u Galeriji Dulčić Masle Pulitika – Umjetničkoj galeriji Dubrovnik (2016.), koju je postavila zajedno s Lanom Majdančić, kustosicom Atelijera Meštrović u Zagrebu. Cukrov se bavi i pitanjem digitalizacije plakata i njihove prezentacije na internetu kao galerije-izložbe: dvije takve izložbe (*Plakati Borisa Ljubičića*, *Plakati za Međunarodni dan muzeja*) trenutno se nalaze na web stranicama MDC-a.

Plakate za izložbe u MUO najdetaljnije je obradila Jasna Galjer u katalogu *Plakati Muzeja za umjetnost i obrt* (1996.), koji je popratio izložbu na tu temu održanu 1996. Kratak pregled povijesti hrvatskog plakata nalazimo i u tekstu Jasne Galjer *Plakati* u katalogu izložbe *Od Klovića i Rembrandta do Warhola i Picelja* (2009.), a objavila je i *100 plakata Muzeja suvremene umjetnosti Zagreb: zbirka plakata Muzeja suvremene umjetnosti: kratka povijest s dugom tradicijom* (2011.). Također, grafički dizajn u kontekstu 1950-ih obradila je u knjizi *Dizajn pedesetih u Hrvatskoj: od utopije do stvarnosti* (2004.).

Osim Jasne Galjer, plakatima za izložbe MUO kojima je autor Ivan Picelj bavila se i Marija Tonković u radu *Plakati Ivana Picelja iz fundusa Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu*

² Jasna Galjer, »Secesijski plakati kao najava novoga doba: uz veliku izložbu posvećenu Secesiji, Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb, prosinac 2003.–ožujak 2004.«, u: *Grafika 2* (2004.), str. 37–42.

(1979.). Tonković u tekstu tipološki dijeli Piceljeve plakate s obzirom na stilska izražajna sredstva. Uz Tonković, na Piceljeve plakate osvrnuo se i Ješa Denegri u tekstu *Umjetnik i umjetnost dugog trajanja* u katalogu izložbe *Ivan Picelj: kristal & ploha: 1951.–2005.* (2005.). O ostalim plakatima nastalima za izložbe MUO pisalo se u sklopu većih cjelina: Marija Tonković obradila je vizualni identitet izložbe *Hrvatski narodni preporod 1790.–1818.* (1988.),³ Vesna Lovrić Plantić objavila je tekst *Značenje vizualnog identiteta Muzeja za umjetnost i obrt* (2001.),⁴ a Boris Ljubičić o svojoj ideji i realizaciji toga muzeja pisao u tekstu *Muzej za umjetnost i obrt: vizualni identitet* (1994.).⁵

2. Muzej za umjetnost i obrt – crtice iz povijesti

Muzej za umjetnost i obrt jedan je od najznačajnijih muzeja na našim prostorima. Osnovan je 1880. na inicijativu Društva umjetnosti, a bio je zamišljen kao mjesto dodatne naobrazbe studenata, učenika i obrtnika i educiranja zainteresiranog građanstva.⁶ Isidor Kršnjavi je bio tadašnji predsjednik Društva umjetnosti, nezaobilazna ličnost hrvatske kulturne povijesti (između ostalog: povjesničar umjetnosti, slikar i predstojnik Odjela za bogoštovlje i nastavu Zemaljske vlade⁷). Sastavio je statut i osnovu Muzeja,⁸ a važan je utjecaj na njega imao profesor s bečke akademije Rudolf von Eitelberger. On je Kršnjavog još za vrijeme studija poučio vrijednostima koje će još desetljećima biti osnovna misao u Muzeju, a to je da umjetnost ne treba dijeliti na čistu i primijenjenu. Prema Eitelbergeru, umjetničke zakonitosti jednake su kako za jednu tako i za drugu vrstu umjetnosti.⁹ Kršnjavi je osnovao Muzej kao mjesto učenja i prezentacije, u doba procvata grada Zagreba u kulturnom i gospodarskom smislu, a do otvorenja Muzeja na lokaciji gdje se nalazi danas čekalo se do 1909., kada se napokon počelo s radom u prostorima zgrade koju je projektirao Herman Bollé upravo za tu namjenu. Prva četvorica ravnatelja nakon otvaranja (Isidor Kršnjavi 1879.–1889., Hermann Bollé 1889.–1909., Levin Horvat 1909.–1914., Gustav Baldauf 1914.–1919.) provodili su u postavu Muzeja koncepciju „zbirke uzoraka“ koji su služili kao pomoćni nastavni materijal u obližnjoj Obrtnoj školi. Tek

³ Marija Tonković, »Vizuelni identitet izložbe „Hrvatski narodni preporod 1790–1848“«, u: *Život umjetnosti* 43/44 (1988.), str. 150–153.

⁴ Vesna Lovrić Plantić, »Značenje vizualnog identiteta Muzeja za umjetnost i obrt«, u: *Informatica Museologica* 32 (2001.), str. 86–88.

⁵ Boris Ljubičić, »Muzej za umjetnost i obrt /Vizualni identitet«, u: *Informatica Museologica* 1/4 (1994.), str. 105.

⁶ Olga Maruševski, *Društvo umjetnosti:1868.–1879.–1941.:iz zapisaka Hrvatskog društva likovnih umjetnika*, Zagreb: Društvo povjesničara umjetnosti Hrvatske, 2004., str. 82.

⁷ Olga Maruševski, *Iso Kršnjavi kao graditelj. Izgradnja i obnova obrazovnih, kulturnih i umjetničkih objekata u Hrvatskoj*, Zagreb: Društvo povjesničara umjetnosti Hrvatske, 1986., str. 19.

⁸ Olga Maruševski, *Društvo umjetnosti*, 2004., str. 87.

⁹ Žarka Vujić, »Postanak i razvoj umjetničkih muzeja i galerija u Zagrebu«, u: *Muzeologija* 29/30 (1993.), str. 48.

poslije Prvoga svjetskog rata, točnije 1919., prestaje veza MUO-a s Obrtnom školom te on iz temelja mijenja svoju ulogu: postaje umjetnička i kulturno-povijesna ustanova, a tadašnji ravnatelj Vladimir Tkalčić (na toj poziciji od 1933. do 1952.) svojim zalaganjem uspostavlja „pravi muzej primijenjenih umjetnosti“.

Nakon Drugoga svjetskog rata MUO postaje jedan od vodećih muzeja u Jugoslaviji, a od 1950-ih sve se više otvara publici: organiziraju se razna predavanja, koncerti, povremene izložbe, a također se uspostavlja veza s osnovnim i srednjim školama s ciljem edukacije čim većeg broja građana, dok od 1950-ih ugošćuje i velike inozemne izložbe. Ravnateljica Zdenka Munk (na toj poziciji od 1954. do 1979.) 1962. otvara novi stalni postav i ponovno naglašava potrebu ukidanja razlike između tzv. čiste i primijenjene umjetnosti. K tomu se u MUO održavaju i povremene izložbe predmeta suvremenog dizajna. Uz Zdenku Munk, tim zaslužan za uspješno poslovanje MUO-a činili su inženjer Lavoslav Horvat (arhitektonski poslovi na uređenju zgrade) te arhitekt Mirko Benažić (nacrti za vitrine i raspored izložaka). Za likovnu opremu plakata i kataloga Muzeja zaslužan je bio slikar i dizajner Ivan Picelj, koji je tih godina započeo dugu suradnju s ovom institucijom. Osim što je preuređenje Muzeja iziskivalo znatnu financijsku i društveno-političku potporu, značajno je da se za stalni postav izrađuje čak osam plakata muzejskih zbirki, koji govore u prilog tome da je upravi bilo vrlo važno da informacije o ustanovi dođu do čim većeg broja korisnika.¹⁰

Od 1980-ih ravnatelj Muzeja bio je Vladimir Maleković (na toj poziciji od 1983. do 2003.), koji je uz proširenje djelovanja restauratorskih radionica značajan trag ostavio u povijesti institucije time što je uveo dokumentacijsku i informatičku službu. K tomu je uveo i službu odnosa s javnošću i marketinga koja će se (kao što je navedeno i u opisu Muzeja na njihovim službenim stranicama) pokazati ključnom i za djelovanje MUO-a danas.¹¹ Bez obzira na ratno razdoblje koje je obilježilo početak 1990-ih, 1995. otvara se novi stalni postav, a program povremenih izložbi prati recentna zbivanja na sceni predstavljajući nove, neafirmirane umjetnike. S druge strane, Muzej organizira i velike retrospektive poput onih slikara Ede Murtića, Mate Celestina Medovića, Franje Likara itd. Istaknutim izložbama predstavljaju se i pojedinačne muzejske zbirke, a Muzej jača i međunarodnu suradnju, dovodeći važne inozemne izložbe. Zadnjih dvadesetak godina Muzeja obilježili su veliki kulturološki izložbeni projekti (poput izložbi *Kultura Pavlina* 1994., *Bidermajer u Hrvatskoj* 1997., *Historicizam u Hrvatskoj* 2000. itd.), čime Muzej nastavlja tradiciju vodeće muzejske ustanove u Hrvatskoj. Uključuju se i

¹⁰ Svi podaci preuzeti iz: Žarka Vujić, *Postanak i razvoj*, 1993., str. 35, 58, 69, 79–80, 83.

¹¹ *Muzej za umjetnost i obrt: O muzeju*, <https://www.muio.hr/about/> (pregledano 2. listopada 2016.)

dodatni promotivni i umjetnički programi (poput koncerata), čime se Muzej dalje profilira u smjeru promoviranja kulturne povijesti i oplemenjivanja kulturne sadašnjosti.¹²

3. Plakati za kulturne manifestacije u Hrvatskoj

Plakat se kroz povijest pokazao kao iznimno uspješno reklamno sredstvo i u domeni kulture, a sačuvani plakati za izložbe ili ostale kulturne manifestacije danas ne predstavljaju samo dokaz o njihovom održavanju već ih se može promatrati i kao umjetničko djelo samo za sebe.

Od slika i ostalih umjetničkih djela razlikuje se po tome što autor (umjetnik) radi plakat prvenstveno s ciljem da informaciju prenese što većem broju ljudi, a ne zbog samoizražavanja, što je jedna od osnovnih karakteristika umjetničkih djela.¹³ Autor dobiva gotovu temu, ali u idealnom slučaju, ima slobodu interpretacije i obrade danog zadatka. Djelotvoran plakat, koji jasno i na kvalitetan način prenosi svoju poruku, ostaje umjetničko djelo i dugo vremena nakon što je njegova prvobitna namjena (prijenos određene poruke) prestala.¹⁴

Početak 20. stoljeća, proces preobrazbe društva prema industrijalizaciji prati i tematika plakata. Tako prvi plakati, u skladu s tadašnjim zanimanjem javnosti, obavještavaju o gospodarskim i sličnim manifestacijama i izložbama.¹⁵ Oni su bili preteča plakatima za izložbu *Zagrebačkog zbora*, sajamske ustanove utemeljene 1909.¹⁶ koji se smatraju najznačajnijim iz tog razdoblja. Njihovo oblikovanje razlikovalo se od tada dominantnih uvezenih oglasa i plakata – predstavljali su moderni grafički dizajn čiji su autori bili istaknuti grafičari poput Sergija Glumca i Božidara Kocmuta.¹⁷ Većina plakata s početka 20. stoljeća u našoj sredini radila se za kulturne manifestacije, a manje zastupljeni bili su plakati komercijalnog i političkog karaktera.¹⁸

Indikativno je što se pojavom secesije mijenja i oblikovanje plakata. Taj umjetnički pokret, koji najavljuje novu estetiku „prožimanja poetskog i dekorativnog, stiliziranog i

¹² Isto, *Muzej za umjetnost i obrt*, <https://www.muio.hr/about/> (pregledano 2. listopada 2016.)

¹³ Renata Gotthardi-Škiljan, *Plakat u Hrvatskoj do 1941: Prinos proučavanju hrvatskog plakata*, katalog izložbe (Zagreb, Kabinet grafike, 8. 2.–3. 3. 1974.), Zagreb: Kabinet grafike Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti, 1975., str. 8.

¹⁴ Isto, str. 8.

¹⁵ Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940*, Zagreb: Institut za povijest umjetnosti: Nacionalna i sveučilišna knjižnica: Horetzky, 1999., str. 23–26.

¹⁶ Goran Arčabić, *Zagrebački zbor kao poveznica hrvatskog i europskog gospodarstva (1922.–1940.)*, Zagreb: Srednja Europa: Muzej grada Zagreba, 2013., str. 15–16.

¹⁷ Lovorka Magaš Bilandžić, »Plakati Zagrebačkog zbora u međuratnom razdoblju (1922.–1940.): prilog povijesti hrvatskoga grafičkog dizajna«, u: *Peristil* 57 (2014.), str. 217.

¹⁸ Jasna Galjer, »Plakat«, u: *Od Klovića i Rembrandta do Warhola i Picelja*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 8. 12. 2009.–31. 1. 2010), (ur.) Mikica Maštrović, Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2009., str. 438.

maštovitog, upravo je kroz oblikovanje plakata našao nepresušne mogućnosti izražavanja¹⁹. Primijenjena umjetnost, zajedno s plakatom, dobiva na važnosti uz slikarstvo i kiparstvo. Stilske značajke secesije „pretaču“ se i na plakate: oni su vrlo dekorativni, s ornamentalno isprepletenim linijama, figurama i slovima. Takvi su plakati plošni, često s krivuljama, valovitim i dinamičnim linijama, čiji se elementi spajaju u jedinstvenu cjelinu.²⁰ Jedan od najznačajnijih secesijskih plakata onaj je Roberta Auera (1873.–1952.) za *II. Izložbu Društva hrvatskih umjetnika* (1900.) (sl. 1). Asimetrična kompozicija, lik žene, izrazita plošnost, ornamentirani (biljni) motivi i linije sasvim jasno ukazuju da je riječ o plakatu iz razdoblja secesije. U to vrijeme djeluje i Ljubo Babić (1890.–1974.), koji se u svojim plakatima poigrava s više stilova i radi u više stilskih faza. Kronološki je prva „secesijska“ faza, u kojoj primjerice radi plakat za izložbu *Hrvatskog društva umjetnosti* (1908.). Izrazita plošnost i dekorativni oblici kao obrub plakata utjecaj su njegovog učitelja Bele Csikosa Sesije.²¹ Kasnije počinje raditi plakate koji nisu slikovni (nemaju figuracije ni literarnosti) već sadrže samo tipografske elemente, koji variraju veličinom i kompozicijskim rasporedima, a kao primjer može poslužiti plakat za umjetničku izložbu Grupe trojice: *Babić-Becić-Miše* iz 1931. (sl. 7).²² Također je važno spomenuti i plakate za manifestaciju *Proljetni salon*, niz izložbi tada nove generacije likovnih umjetnika – Uzelca, Varlaja, Gecana, Trepšea i čitavog niza ostalih autora, stilski orijentiranih prema zapadnoj Europi. Ističu se ostvarenja Tomislava Krizmana (1882.–1955.) za *Hrvatski proljetni salon* (1916.) (sl. 2), Jerolima Miše (1890.–1970.) (sl. 3) za samostalnu izložbu na *Proljetnom salonu* (1916.), te sedmu izložbu *Proljetnog salona* (1919.–1920.) održanu u prostorima Obrtne Škole Muzeja za umjetnost i obrt, za koju je plakat ekspresivnih motiva radio Milivoj Uzelac (1897.–1977.) (sl. 4).²³ Iste godine za Muzej slikar Maksimilijan Vanka (1889.–1963.) radi plakat secesijskih tendencija za *Izložbu Lade* (sl. 5), a Jerolim Miše za *Izložbu slika Joze Kljakovića* (sl. 6), na kojoj se uočava sličnost u postavljanju figura sa slikom Henrija Matissea *Krug* (1909.–1910.).²⁴ Kao što se vidi iz navedenih primjera, još i prije 1950-ih Muzej za umjetnost i obrt najavljivao je neke kulturne manifestacije kroz zanimljivo oblikovane plakate.

¹⁹ Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940.*, 1999., str. 98.

²⁰ Isto, str. 98.

²¹ Isto, str. 115.

²² Isto, str. 124.

²³ *Proljetni salon 1916.–1928.*, katalog izložbe (Zagreb, Umjetnički paviljon, 12. 4.–20. 5.2007.), (ur.) Radovan Vuković, Zagreb: Umjetnički paviljon, 2007., str. 12.

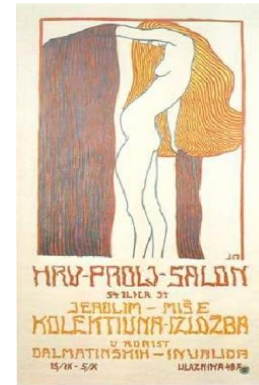
²⁴ Ana Šeparović, *Jerolim Miše: Između slike i riječi*, Zagreb: Plejada, 2016., str. 29.



Sl. 1. Robert Auer,
II. Izložba Društva hrvatskih umjetnika,
1900.



Sl. 2. Tomislav Krizman,
Proljetni salon, 1916.



Sl. 3. Jerolim Miše,
Proljetni salon – samostalna izložba,
1916.



Sl. 4. Milivoj Uzelac,
Proljetni salon, 1919.



Sl. 5. Maksimilijan Vanka,
Izložba Lade, 1920.



Sl. 6. Jerolim Miše,
Izložba slika Jozе Kljakovića, 1920.



Sl. 7. Ljubo Babić, *Babić-Becić-Miše,* 1931.

4. Grafičko oblikovanje plakata Muzeja za umjetnost i obrt 1950-ih

Kao što piše Galjer, period od 1950-ih do 1980-ih zlatno je doba plakata kao medija u svijetu, a u tom su periodu i u hrvatskoj proizvodnji nastali neki od najkreativnijih radova. U tom kontekstu vrlo su važne ustanove u kulturi (uključujući MUO) koje postaju ujedno i naručitelji i promotori dizajna.²⁵ Plakat postaje jedno od najprominentnijih komunikacijskih sredstava, što posebno dolazi do izražaja u komparaciji primjera plakata za MUO prije suradnje s Ivanom Piceljom i nakon nje. MUO naglašava neophodnost i važnost komunikacije sa svojim okruženjem, ali i činjenicu da je svojim utemeljenjem 1880. između ostalog dobio zadatak promicanja suvremenih oblika komunikacije i prezentacije hrvatskih proizvoda i proizvođača.²⁶

Najčešći naručitelji plakata 1950-ih su velesajamske priredbe i kulturne institucije: u njihovom slučaju takav način oglašavanja nerijetko je bilo jedino komunikacijsko sredstvo. Inovativnost tih plakata u smislu uporabe kolaža, fotomontaže i motiva uobičajenih za apstraktno slikarstvo govori da je produkcija plakata bila stilski manje jedinstvena.²⁷ Plakati Ivana Picelja za *Salon 54* u Galeriji likovnih umjetnosti u Rijeci (1954.) i Milana Vulpea za *2. zagrebački trijenale* (1959.), kao i Piceljeva ostvarenja za Gradsku galeriju suvremenih umjetnosti u Zagrebu, primjeri su novog promišljanja grafičkog oblikovanja.

Za plakate MUO 1950-ih rijetko je sačuvano ime autora. Edo Kovačević (1906.–1933.) bio je slikar i grafičar te dugogodišnji suradnik Muzeja za umjetnost i obrt (i nakon toga Galerije grada Zagreba) koji je postavljao brojne izložbe u zemlji i inozemstvu.²⁸ Za MUO je 1952. radio plakat za stalni postav (sl. 8) u kojem se poigrava motivom vrata (taj motiv je i kasnije služio kao inspiracija umjetnicima Borisu Bućanu i Borisu Ljubičiću). Za plakat upotrebljava fotografiju dijela postava, koji se nalazi iza otvorenih željeznih, ornamentiranih vrata te poziva gledatelja da uđe i promotri postav. Postavljajući vrata tako da su otvorena, Kovačević poziva u Muzej i sugerira na otvorenost institucije prema posjetiteljima, što se poklapa s poslanjem MUO-a. Vrata upućuju na novootvoreni prostor i postav koji je zorno prikazan na crno-bijeloj fotografiji koja dočarava ambijent prostora.

²⁵ Jasna Galjer, »Plakat«, 2009., str. 440.

²⁶ Miroslav Gašparović, *Umjetnost uvjeravanja: oglašavanje u Hrvatskoj 1835.–2005.*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 12. 6.–16. 7. 2006.), Zagreb: Hrvatski oglasni zbor, 2006., str. 11.

²⁷ Jasna Galjer, »Hrvatski dizajn pedesetih«, u: *Pedesete godine u hrvatskoj umjetnosti*, katalog izložbe (Zagreb, Dom hrvatskih likovnih umjetnika, 24. 10.–7. 12. 2004), (ur.) Zvonko Maković, Zagreb: Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, 2004., str. 110.

²⁸ Arhiv za likovne umjetnosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Zagreb (dalje: ALU HAZU), Dosje Edo Kovačević, Osobni podaci i biografija.

Ostali plakati za izložbe MUO 1950-ih temelje se gotovo u potpunosti na uporabi tipografije ili pak crteža u par nijansi. Primjerice, za izložbu *Engleskih akvarela i crteža* (1954.) (sl. 9) tipografija je centrirana i ujednačena veličinom (osim informacije o datumu izložbe, koja je izgledom manja). S druge se strane poigravanje tipografijom u ritmičkom smislu uočava u primjerima za *Izložbu umjetničke obrade metala kroz vjekove* (1954.), (sl. 10) i *Izložbu od sunčane ure do modernog kronometra* (1954.), (sl. 11), kao i izložbu keramike *Milana Kičina* (1955.) (sl. 12), koji podsjećaju na Babićeva tipografska rješenja iz 1930-ih. Zanimljiv je i primjer za izložbu *Stančić, Ivančić, Vaništa, Michieli, Kožarić* (1955.) (sl. 13) u kojem postavljanje imena gotovo svih sudionika u dva stupca zajedno s ostatkom teksta tvori prazni prostor – kvadrat u samom središtu plakata. Ovakav nekonvencionalni pristup oblikovanju tipografije ukazuje nam na razumijevanje važnosti (izmještenog) teksta u konačnom izgledu plakata. Uporaba motiva krojačkih škara i uzorka tkanine na plakatu za izložbu *Oblici odjeće* (1955.) (sl. 14) MUO-a u Muzeju primijenjene umjetnosti u Beogradu asocira na sadržaj izložbe i time promatraču plakata daje dojam što na izložbi može očekivati.



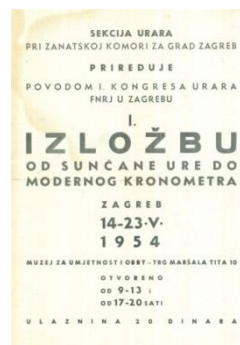
Sl. 8. Edo Kovačević, *MUO stalni postav*, 1952.



Sl. 9. Nepoznati autor, *Izložba engleskih akvarela i crteža*, 1954.



Sl. 10. Nepoznati autor, *Umjetnička obrada metala kroz vjekove*, 1954.



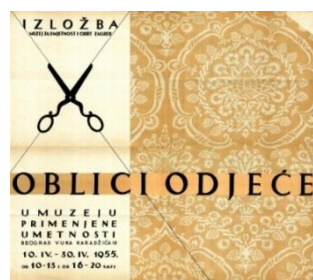
Sl. 11. Nepoznati autor, *Od sunčane ure do modernog kronometra*, 1954.



Sl. 12. Nepoznati autor, *Milan Kičin: izložba keramike*, 1955.



Sl. 13. Nepoznati autor, *Stančić, Ivančić, Vaništa, Michieli, Kožarić*, 1955.



Sl. 14. Nepoznati autor, *Oblici odjeće*, 1955.

5. Grafički dizajn plakata Muzeja za umjetnost i obrt 1960-ih

5.1. Ivan Picelj i plakati Muzeja za umjetnost i obrt

Ivan Picelj (1924 –2011.) je bio umjetnik koji se uz ostvarenja u medijima slikarstva i skulpture vrlo uspješno bavio i grafičkim oblikovanjem. Diplomirao je na Akademiji likovnih umjetnosti (1946.) i bio je suosnivač Exata 51 te jedan od utemeljitelja Novih tendencija.²⁹

Od 1960-ih pratimo razvoj Ivana Picelja kao jednog od najistaknutijih umjetnika, grafičkog dizajnera s brojnim ostvarenjima upravo u mediju plakata za kulturne događaje,³⁰ čiji su plakati u tom desetljeću obilježili vizualne komunikacije Muzeja za umjetnost i obrt.

5.1.1. Piceljev grafički dizajn 1950-ih (prije angažmana u Muzeju za umjetnost i obrt)

Picelj se grafičkim oblikovanjem sve više bavio od početka 1950-ih, kada je imao zapaženije ostvarenje za izložbu *Kristl, Picelj, Rašica, Srnec* u Društvu arhitekata Hrvatske 1953. Prije nego što je počeo ostvarivati serije plakata za Muzej za umjetnost i obrt, Picelj je radio plakatna

²⁹ Biografski podaci preuzeti iz: Jasna Galjer, *Plakat*, 2009., str. 472.

³⁰ Jasna Galjer, »Hrvatski dizajn pedesetih«, str. 110.

rješenja za druge galerije. Radio je plakat za izložbu suvremenog slikarstva i kiparstva FNRJ – *Salon 54*, održanu u Galeriji likovnih umjetnosti u Rijeci 1954. Uzimajući u obzir društveno-politički kontekst,³¹ došlo je do situacije da se na pomalo demokratiziranim temeljima rađalo plodno tlo za ulazak apstrakcije u svijet umjetnosti jugoslavenskog područja. Godina 1951. ujedno je godina Exatovog manifesta, a dvije godine kasnije u Zagrebu, u Društvu hrvatskih arhitekata, Picelj, Kristl, Rašica i Srnec održavaju „exatovsku“ izložbu. U Zagreb tih godina također stižu izložbe poput *Suvremene francuske umjetnosti*, dok u Muzeju za umjetnost i obrt izlažu Miljenko Stančić i Josip Vaništa.³²

Plakati za izložbe MUO iz 1950-ih uglavnom sadrže samo tipografske podatke o izložbi, no u nekim slučajevima prisutni su i motivi koji asociraju na temu izložbe. Osim tipografskih elemenata, većina plakata nema nikakav drugi sadržaj, tako da promatrač ne može zaključiti, osim ako nije već prethodno upoznat s djelima spomenutih autora, o kakvoj se umjetnosti radi. Piceljev plakat koji radi za *Salon 54* (sl. 15), usporedbe radi, razlikuje se od rješenja u MUO. Vrlo velika sličnost uočava se između izložbenog plakata i njegovog rada *Kompozicija* (sl. 16).



Sl. 15. Ivan Picelj, Salon 54, 1954.



Sl. 16. Ivan Picelj, Kompozicija, 1954.

Radi se o naslikanim plohama gotovo istovjetnih oblika, no drugačijih boja. Preslikavanjem oblika iz slikarstva u litografiju u boji, grafičku tehniku koja je umnoživa, Picelj približava svoj umjetnički stil većem broju ljudi. Takva „akcija“ podudara se sa željama kustosa izložbe (iz hrvatskog dijela) Radoslava Putara i Dimitrija Bašićevića, uz doprinos Borisa Vižitina, koji sa željom za uskom suradnjom s umjetnicima kao glavnim ciljem svoga

³¹ Godine koje su prethodile izložbi bile su vrlo turbulentne, iz razloga što je Jugoslavija 1948. prekinula veze sa Staljinovim SSSR-om, u želji da nakon Drugoga svjetskog rata ostane samostalna i neovisna država. Miroslav Krleža, *Enciklopedija Leksikografskog Zavoda (III. svezak - Heliodor-Lagerlof)*, (red.) Miroslav Krleža, Marko Kostrenčić, Zagreb: Jugoslavenski leksikografski zavod, 1969., str. 311.

³² Berislav Valušek, »Salon '54 u Rijeci«, u: *Život umjetnosti* 36 (1983.), str. 99.

(aktivističkog) djelovanja postavljaju podizanje opće razine vizualne kulture i stvaranje publike za modernu umjetnost.³³

5.1.2. Opća obilježja plakata Ivana Picelja tijekom 1960-ih

Plakat za izložbe početkom 1960-ih postaje „karakteristična pojava u sferi kulture“³⁴ koja će kulminirati 1970-ih. Osim zaslužnosti Ivana Picelja i njegove produkcije, za veći interes javnosti o toj temi bitne su muzejske i galerijske ustanove u Zagrebu koje su organizirale izložbe povezane s temom plakata,³⁵ promovirajući time medije suvremene vizualne kulture.³⁶ U tom kontekstu ističu se plakati Ivana Picelja za izložbe Novih tendencija: *Nove tendencije 2* (1963.), *Nova tendencija 3* (1965.) i *Nove tendencije 4* (1969.). Nove tendencije vežu se uz pojam kinetičke umjetnosti, koja podrazumijeva djelo u pokretu: u potencijalnoj ili stvarnoj promjeni izgleda, položaja, mjesta, strukture. Vizualna istraživanja umjetničkih postupaka kao i programirana umjetnost u smislu predviđanja i projektiranja egzaktne strukture djela (iako se priznaje i udio slučaja), zajedno s odustajanjem od unikatnog djela i priznavanjem multipla, također su bile karakteristike umjetnosti Novih tendencija.³⁷ Važno je da je Picelj sličnim vizualnim jezikom oblikovao plakate za više kulturnih institucija (MUO, Galerija suvremenih umjetnosti): gotovo dva desetljeća radio je plakate za izložbe Muzeja (1962.–1980.) i u tome je razdoblju najistaknutiji autor s obzirom na njihovu količinu, ali i kvalitetu. Osim izrade plakata za pojedine izložbe, zaslužan je i za vizualni identitet Muzeja nastao 1980-ih.³⁸

5.1.3. Plakati za novi stalni postav Muzeja za umjetnost i obrt 1962.

Muzej za umjetnost i obrt 1962. dobiva novi stalni postav, a ravnateljica Zdenka Munk odabrala je plakate Ivana Picelja za promociju novog postava. U dokumentaciji Muzeja digitalno se čuva

³³ Ljiljana Kolečnik, »Konfliktne vizije moderniteta i poslijeratna moderna umjetnost«, u: *Socijalizam i modernost: umjetnost, kultura, politika: 1950.–1974.*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej suvremene umjetnosti, 2. 12. 2011.–5. 2. 2012.) (ur.) Ljiljana Kolečnik, Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti: Institut za povijest umjetnosti, 2012., str. 137.

³⁴ Jasna Galjer, *Arsovski*, Zagreb: Horetzky, 2010., str. 18.

³⁵ Galerija suvremenih umjetnosti – *Plakati i publikacije iz NR Kine* (1975.), *Kubanski filmski plakat* (1978.), *Suvremeni bugarski plakat* (1982.) itd.; Muzej za umjetnost i obrt – *Retrospektivna izložba britanskog plakata od 1890. do 1978.* (1978.); Galerija SC – *Plakati Air Francea* (1967.), *Wima Crouwela/Total Design* (1972.) itd. Preuzeto iz: Jasna Galjer, *Arsovski*, Zagreb: Horetzky, 2010., str. 18.

³⁶ Isto, str. 18.

³⁷ Jerko Denegeri, *EXAT 51; Nove tendencije: umjetnost konstruktivnog pristupa*, Zagreb: Horetzky, 2000., str. 201–202.

³⁸ *Muzej za umjetnost i obrt: O muzeju*, <https://www.muio.hr/about/> (pregledano 5. listopada 2016.)

6 oblikovnih rješenja za plakate stalnog postava (sl. 17–22)³⁹, dok Tonković spominje sveukupno osam plakata za stalni postav (zbirke namještaja, glazbala, metala, tekstila/keramike, slikarstva i kiparstva, stakla i industrijskog oblikovanja).⁴⁰ Iako je plakat kojeg je Picelj radio za *Salon 54* radikalniji primjer odmaka od formalnog prema apstraktnom, na njegovim plakatima za MUO ostaje težnja prema stilizaciji, ali se uglavnom koriste motivi koji jasno govore o tome što se oglašava.

Plakati su oblikovani po načelu podjele na horizontalne i/ili vertikalne trake i komponiranja pojedinačnih elemenata karakterističnih za zbirke unutar tog rastera. Posebno je zanimljiv plakat za industrijsko oblikovanje koji svojim izgledom također podsjeća na radove koje je Picelj 1960-ih radio za izložbe Novih tendencija. Plakat je horizontalno podijeljen na tri trake, od kojih srednja zauzima najveći prostor, postajući kvadrat unutar vertikalnog kvadra. Tekstualne informacije o izložbi nalaze se na gornjem i donjem dijelu te crnoj podlozi, a središnji, ujedno najveći dio, rezerviran je za otisak raznobojnih točaka (žute, plave, narančaste, smeđe) istih veličina u jednakim razmacima, na smeđoj pozadini koja u sredini sadrži reprodukciju kugličnog ležaja kao „pokretača“ plakata.⁴¹

Recepcija tih plakata u javnosti bila je i više nego pozitivna. U časopisu *15 dana*, koji je pratio recentna kulturna zbivanja u Zagrebu, rješenja se ističu kao rijetki primjer uspješnih plakata:⁴² „Tema je ovog plakata muzej čija se funkcija sastoji u tome da sistematički i kritički prikuplja i izlaže upotrebne predmete. Autor uzima dva takva predmeta, stilizira ih, pojedinosti nisu bitne, i podređuje ih geometrijsko-plošnoj koncepciji plakata. Tonaliteti boja, crno, sivo, bijelo ničim ne ugušuju predstavljene predmete, funkciju muzeja, ti su elementi likovno usklađeni. Informacija je sažeta i potpuna.“⁴³ U usporedbi s onodobnim filmskim i kazališnim plakatima, koji su okarakterizirani kao prenatrpani informacijama ili redukcijski svedeni na suhoparnu pojavnost, Piceljevi plakati ističu se kao posebno uspješni. Stanje plakata u Zagrebu karakterizira se kao „kritično“, a glavnim krivcima smatraju se naručitelji bez senzibiliteta za umjetničku, već samo za trgovačku sferu.

³⁹ Muzej za umjetnost i obrt, Odjel za dokumentaciju, Ispis iz baze podataka, rujan 2016.

⁴⁰ Marija Tonković, *Plakati Ivana Picelja iz fundusa Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu*, Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 1979., str. 104–105.

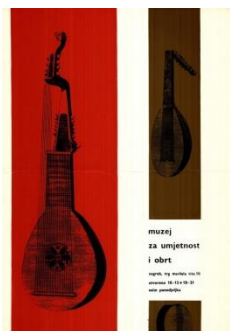
⁴¹ Isto, str. 96.

⁴² Kamilo Burger, »Plakat – likovni element ulice«, u: *15 dana: Kronika naše kulture* 4 (1962.), str. 10.

⁴³ Autor se referira na plakat za stalni postav (Sl. 20.).



Sl. 17. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO, 1962.*



Sl. 18. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO, 1962.*



Sl. 19. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO, 1962.*



Sl. 20. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO, 1962.*



Sl. 21. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO, 1962.*

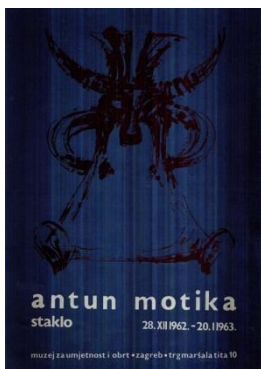


Sl. 22. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO, 1962.*

5.1.4. Plakati za izložbe u Muzeja za umjetnost i obrt 1960-ih

Picelj je 1960-ih radio većinu plakata za Muzej. Tonković dijeli Piceljeve plakate koje je do 1979. ostvario u Muzeju na tri vrste: prvi su plakati s reprodukcijama umjetničkog djela, kao i oni s motivima prikazanog materijala na izložbi. U drugu skupinu spadaju plakati na kojima je prisutan apstraktan pristup zadanoj temi, dok zadnju skupinu karakterizira jak vizualni simbol, neovisan o stvarnom sadržaju manifestacije.

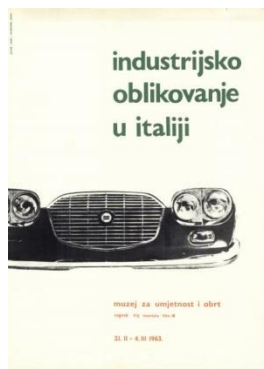
Primjere prve skupine nalazimo na plakatima za izložbe: *Antun Motika* (1962.) (sl. 23), *Skandinavski oblik* (1962.) (sl. 24), *Industrijsko oblikovanje u Italiji* (1964.) (sl. 25), *Minijatura u Jugoslaviji* (1964.) (sl. 26) ili *Medalje u Hrvatskoj* (1964.) (sl. 27).



Sl. 23. Ivan Picelj, *Antun Motika*, 1962.



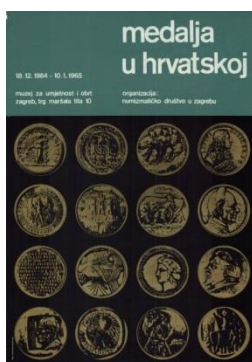
Sl. 24. Ivan Picelj, *Skandinavski oblik*, 1962.



Sl. 25. Ivan Picelj, *Industrijsko oblikovanje u Italiji*, 1964.



Sl. 26. Ivan Picelj, *Minijatura u Jugoslaviji*, 1964.



Sl. 27. Ivan Picelj, *Medalja u Hrvatskoj*, 1964.

Na tim plakatima reprodukcija djela ili motiva s izložbe zauzima najveći prostor, a tekstualni je dio u horizontalnoj liniji, postavljen na gornjem, donjem ili čak središnjem dijelu (no istovremeno u kontrastu na ostatak plakata, kao na primjeru *Minijatura u Jugoslaviji*). Naziv izložbe/autora zauzima najviše mjesta, uz manje, popratne informacije o mjestu i vremenu održavanja. Boje su prigušene, a plakat za *Industrijsko oblikovanje u Italiji* tiskao se na bijelom i crnom papiru, dajući mu drugačiji završni izgled. Zanimljivo je kako se Picelj poigravao s motivima na izložbi za koju je radio plakat. Za *Skandinavski oblik* dizajnirao je plakat koji je podijeljen u dva dijela, a informacije o izložbi smješta u krug koji je protuteža muzejskom izložku reproduciranom u donjem dijelu. Pozicionirajući krug kao jedan od glavnih elemenata slike poigrava se s osnovnim postavkama skandinavskog dizajna, koji se temelji na uporabi zaobljenih, organskih linija i oblika. U plakatu za *Industrijsko oblikovanje u Italiji* Picelj je uzeo fotografiju izoliranog dijela automobila – njegove prednje strane, farova i dijela karoserije, koji u tom kontekstu služe kao rasvjetljavanje, privlačenje pozornosti, u kontrastu s jednostavnom tipografijom i bijelom pozadinom plakata. *Minijature u Jugoslaviji*, s druge strane, obiluju

slikom i tekстом (koji je serifan te bojom podsjeća na tekst u iluminiranim rukopisima), što ujedno asocira na temu izložbe. Plakat za *Medalje u Hrvatskoj*, postavljanjem medalja u pravilne redove i stupce, može podsjećati na numizmatičke kolekcije gdje su one postavljene na sličan način, čime Picelj ponovno uspješno komunicira temu izložbe.

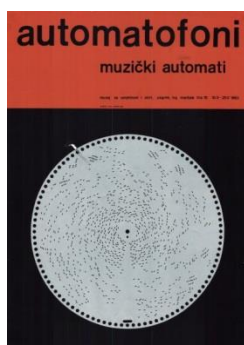
Drugu skupinu plakata koju Picelj radi za Muzej odlikuje apstraktni pristup zadanoj temi. Naime, kako primjećuje Tonković: „od formalnog problema i leksika oblika sadržanih u izlošcima ekstrahira pravilnu geometrijsku formu koja onda amblemski primjenjuje na svom plakatu.“⁴⁴ Neki od plakata gdje je tema apstraktno interpretirana stilski se vežu uz Piceljeva djela koja radi za izložbe Novih tendencija. Kod njih se Picelj koristi jezikom nove umjetnosti jer stvara jasno definirana i strukturirano podijeljena polja u plakatu, zajedno s vibrantnim bojama koje intenziviraju cjelokupan, dinamični dojam.⁴⁵

Ističu se plakati: *Fotografija u muzeju i ateljeu* (1963.) (sl. 28), *Automatofoni* (1963.) (sl. 29), *Edo Murtić – Emajli* (1963.) (sl. 30), *Tadeus Syzmanski – staklo* (1963.) (sl. 31), *Richter* (1964.) (sl. 32), *Francuska tapiserija* (1965.) (sl. 33) i *Kiky Vives Vinci* (plakat za tu izložbu uvršten je u fundus njujorške MoMA-e) (1965.) (sl. 34).

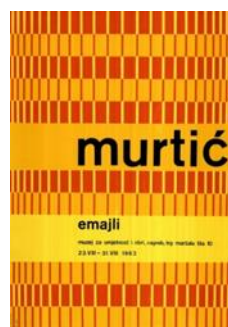
Vrlo je važno napomenuti da Piceljevi plakati koje je radio za Muzej nisu stilski ekskluzivni samo za tu instituciju. Za usporedbu može poslužiti njegov plakat za izložbu *Vidović* iz Galerije suvremenih umjetnosti (1963.) (sl. 35). U to je vrijeme Picelj radio i ostale plakate za izložbe Galerije: *Bakić* (1964.), *Vaništa* (1965.), i *Srnc* (1969.) kao i za parišku galeriju Galerie Denis Rene: *Morellet* (1967.), *Picelj* (1973.), *Agam* (1974.).



Sl. 28. Ivan Picelj, *Fotografija u muzeju i ateljeu*, Z. Mikas, 1963.



Sl. 29. Ivan Picelj, *Automatofoni*, 1963.



Sl. 30. Ivan Picelj, *Murtić*, 1963.



Sl. 31. Ivan Picelj, *Tadeusz Syzmanski: staklo*, 1963.

⁴⁴ Marija Tonković, *Plakati Ivana Picelja*, 1979., str. 97.

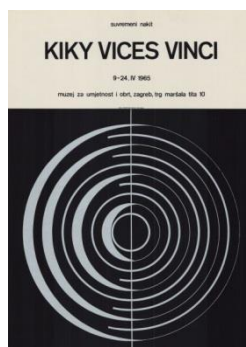
⁴⁵ Stanko Bernik, *Ivan Picelj: kristal & ploha: 1951.–2005.*, katalog izložbe (Zagreb, Klovićevi dvori, 3. 4.–15. 5. 2005.), (ur.) Biserka Rautar Plančić, Zagreb: Galerija Klovićevi dvori, 2005., str. 167–168.



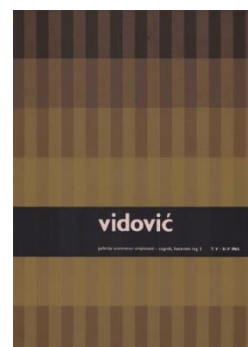
Sl. 32. Ivan Picelj, *Richter*, 1964.



Sl. 33. Ivan Picelj, *Francuska tapiserija*, 1965.



Sl. 34. Ivan Picelj, *Kiky Vices Vinci*, 1965.



Sl. 35. Ivan Picelj, *Vidović*, 1963.

Tonković u svom tekstu navodi citat Venturinija koji opisuje svojstva ove druge skupine plakata: „Plakat za izložbu Zvonimira Mikasa (1963.) nalazi se na sredini između realističkog i apstraktnog izraza. Iza prividno sasvim apstraktne forme, ovdje se u stvari radi o vrlo finoj transpoziciji realističkog oblika i sadržaja. Igra konveksnih i konkavnih leća, dana u finim sivim tonovima, govori sve što treba o fotografiji, snimanju, kameri, tonalitetima...te uz likovne posjeduje i animatorske kvalitete.“⁴⁶

Prema Tonković, treću skupinu čine plakati koncipirani kao „jaki vizualni simbol, neovisan o stvarnom sadržaju manifestacije.“⁴⁷ O čemu se točno radi na izložbi saznaje se tek iz teksta: o tome nam govori naziv izložbe, a onda i popratne informacije o datumu održavanja i lokaciji. Tonković navodi da su primjeri takve vrste plakata oni za izložbe *Likovno obrazovanje u SAD-u* (1965.) (sl. 36) i *Kiky Vices Vinci – suvremeni nakit* (1965.) (sl. 34). Međutim, plakat za izložbu *Likovno obrazovanje u SAD-u* podsjeća na radove Josefa Albersa, koji je bio predavač na američkom Black Mountain College-u, a plakat za izložbu *Kiky Vices Vinci – suvremeni nakit* zapravo bi se mogao svrstati u prijelazni plakat između druge i treće skupine. Najveći dio plakata zauzimaju koncentrično postavljene kružnice koje zbog promjene debljine linije s lijeve i desne strane odaju vibrantni, dinamični dojam koji plijeni pozornost. Kružnica svojom sivom bojom daje naslutiti da bi se moglo raditi o „ljeskavom“ metalu nakita koji se presijava, dok opet može biti sasvim apstraktni oblik čija je „zadaća“ privlačiti pozornost javnosti. Uvidom u katalog izložbe potvrđuje se teza da se Picelj koristio predmetom s izložbe kao inspiracijom za plakat. Izložena ogrlica ima mobilni okrugli privjesak, odnosno sedam slobodno vezanih variranih srebrnih obruča, a u predgovoru kataloga istaknuta je kao jedno od značajnijih djela

⁴⁶ Isto, str. 97.

⁴⁷ Isto, str. 97.

autorice.⁴⁸ Gornji dio plakata, manja horizontalna traka, jednoboje je svijetle pozadine s crnim slovima i sadrži nekolicinu jednostavnih podataka: naziv izložbe, ispod čega manjim slovima slijede ispisani datum i mjesto održavanja. Iako tekstualni dio zauzima znatno manje prostora od ilustrativnog dijela, snagu suprotstavljanja većem, dinamičnijem dijelu plakata daje upravo jednostavnost i pročišćenost teksta, kao i uporaba fonta Helvetica.



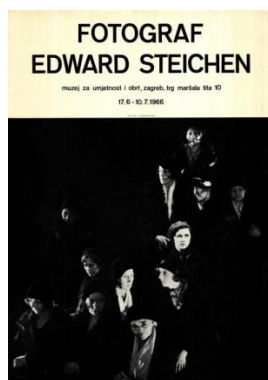
Sl. 36. Ivan Picelj,
Likovno obrazovanje u SAD, 1965.

5.1.5. Djelovanje u drugoj polovici 1960-ih

Teško je odrediti jasnu razdiobu plakata jer se oni u svome oblikovnom smislu katkad preklapaju po stilskim karakteristikama. Ivan Picelj je umjetnik koji je izveo ponajviše rješenja plakata Muzeja za umjetnost i obrt tako da se njegov stilski razvoj može pratiti odvojeno od ostalih umjetnika i/ili razdoblja.

Picelj 1960-ih počinje na plakatima koristiti izvornu fotografiju koja nije naknadno izmijenjena. Primjer tomu je izložba *Fotograf Edward Steichen (1966.)* (sl. 37), čiji plakat oblikuje po principu prethodno spomenutog rješenja (*Kiky Vines Vinci*). Dijeli plakat na veći kvadratni dio (ilustracija) i užu horizontalnu traku na gornjem dijelu (tekst), no ovog puta umjesto apstraktne ilustracije koristi fotografiju, grupni portret u crno-bijeloj boji s jakim kontrastom, koji ujedno i licima protagonista tvori dijagonalu kvadrata iz donjeg lijevog prema gornjem desnom kutu. Tekst koji je „protuteža“ također je izveden Helveticom kao i na plakatu za izložbu *Likovno obrazovanje u SAD*.

⁴⁸ Vera Horvat Pintarić, *KIKY VICES VINCI: Nakit*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 9. 4.–25. 4. 1965.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 1965., str.3.



Sl. 37. Ivan Picelj,
Fotograf Edward Steichen, 1966.

Drugi uočljiv pomak u oblikovanju plakata jest obilna uporaba žarke, katkad i kontrastne boje. U tom se kontekstu na nekim primjerima približava oblikovanju Mihajla Arsovskog, drugoga važnog (grafičkog) umjetnika. Primjeri takvih plakata su: *Suvremena francuska tapiserija* (1966.) (sl. 38), *Blago s morskog dna* (1971.) (sl. 39) i *Keramika I* (1971.) (sl. 40).

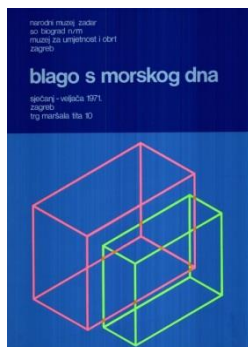
Plakat za *Suvremenu francusku tapiseriju* (1966.) autor je oblikovao pozicionirajući u gornji dio plakata reprodukciju detalja gravure iz Francuske enciklopedije s prikazom tkanja na tkalačkom stanu.⁴⁹ Par ruku vidimo u trenutku u kojem se bavi izradom tapiserije: dio niti obrađuje u veću cjelinu – pogled nam pada na ostatak niti koji su postavljene u gusti, vertikalni niz okvira tapiserije. Niti čine pozadinu za tekst koji govori o detaljima izložbe. Tekst tiskan smeđom bojom u kontrastu je s plavom pozadinom, a plakat je izveden u više varijanti: u 3 boje (plava, crvena, crna) na bijelom papiru.⁵⁰ Rješenje za izložbu *Blago s morskog dna* (1971.) je plakat horizontalno podijeljen na dva dijela. Gornji, manji dio plakata zauzimaju podaci o izložbi tiskani na tamnoplavoj pozadini fontom Helvetica. Donji dio plakata sastoji se od dva neonska kvadra linijski ocrtna ružičastom i zelenom bojom na svijetloplavoj pozadini. Piceljeva upotreba nijansi plave boje na plakatu asocira na morsko dno, a postavljanje i boja kvadrova može upućivati na apstrahirano „blago“ s dna mora. Koristio je jarke boje i na plakatu *Keramika I* iz iste godine – najveći dio plakata čini slovo „K“ ocrtno oker bojom unutar kojeg se nalazi ploha tamnije nijanse. Pozadina je žuto-smeđe boje što pridonosi uočljivosti plakata.

⁴⁹ Opis predmeta preuzet s digitalnog repozitorija Athena MUO, <http://athena.muo.hr/?object=detail&id=3544> (pregledano 20. prosinca 2016.)

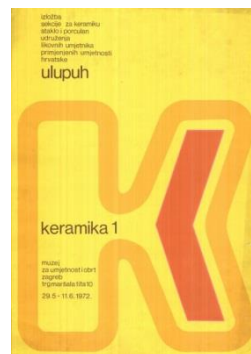
⁵⁰ Opis predmeta preuzet s digitalnog repozitorija Athena MUO, <http://athena.muo.hr/?object=detail&id=64461> (pregledano 20. prosinca 2016.)



Sl. 38. Ivan Picelj,
*Suvremena francuska
tapiserija*, 1966.

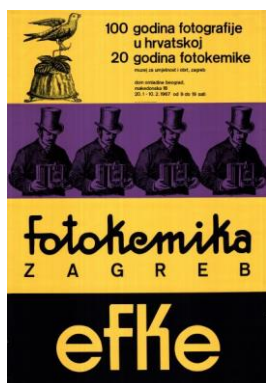


Sl. 39. Ivan Picelj,
*Blago s morskog
dna*, 1971.



Sl. 40. Ivan Picelj,
Keramika 1, 1971.

Neki od plakata za Muzej iz toga razdoblja zapravo čak i otvaraju pitanje atribucije Picelju i Arsovskom s obzirom na to da se u različitim izvorima nude drugačiji natpisi o autorstvu. Konkretno je riječ o plakatima za izložbe *100 godina fotografije u Hrvatskoj – 20 godina Fotokemike* (1966.) (sl. 41) i *Pismo kroz vjekove* (1967.) (sl. 42). Galjer u katalogu izložbe *Plakati Muzeja za umjetnost i obrt* iz 1996. atribuirao plakat za *100 godina fotografije u Hrvatskoj – 20 godina Fotokemike* Ivanu Picelju, a *Pismo kroz vjekove* Mihajlu Arsovskom. S druge strane, digitalni repozitorij Muzeja evidentira *Pismo kroz vjekove* Ivanu Picelju, a što se tiče plakata za izložbu *100 godina fotografije u Hrvatskoj* iz 1966., Kršić smatra da bi se, sudeći prema osnovnoj strukturi plakata, dalo naslutiti da je riječ o Picelju, no i da postoji mogućnost da je Picelj izveo skicu plakata, a Arsovski je „dovršio“. ⁵¹



Sl. 41. *100 godina fotografije
u Hrvatskoj – 20 godina Fotokemike*, 1966.



Slika 42. *Pismo kroz
vjekove*, 1967.

⁵¹ Tezu je iznio Dejan Kršić na predavanju *Plakat u Hrvatskoj od Toulouse-Lautreca do Franje Tuđmana – jedan narativ o povijesti dizajna plakata s posebnim osvrtom na rad Borisa Bućana* u sklopu izložbe Borisa Bućana: *Doručak u štampariji* (Muzej suvremene umjetnosti, 14. 4.–29. 5. 2016.), 24. svibnja 2016.

6. Plakati Muzeja za umjetnost i obrt 1970-ih

Sredinom 1970-ih na našoj dizajnerskoj sceni između ostalih djeluju i Mihajlo Arsovski i Boris Bućan. Iako su također radili plakate za Muzej za umjetnost i obrt, više su bili vezani uz zagrebački Studentski centar: Galeriju SC, Komornu pozornicu i Teatar &TD. Kad je Picelj u prvoj polovici 1960-ih radio na temeljima modernističkog duha i švicarske škole, Arsovski i Bućan udaljili su se od tih modela i počeli se poigravati pop kulturom i kulturnim kodovima. Visoki modernizam internacionalnog stila, napominje nam Kršić, tada postaje „[...] dominantna linija u oblikovanju korporativnih tržišnih komunikacija i započinju kompleksni projekti oblikovanja vizualnih identiteta (Ljubljanska banka, RTZ itd.).“⁵² S druge se strane čini da su kulturne institucije sklonije odabrati nove i neustaljene likovne izraze, što znači da su autori imali više umjetničke slobode pri biranju rješenja za svoje plakate.

6.1. Mihajlo Arsovski

Mihajlo Arsovski (1937.) jedna je od najvažnijih ličnosti u polju grafičkog dizajna u Hrvatskoj. Studirao je arhitekturu i povijest umjetnosti, no tijekom života posvetio se grafičkom oblikovanju.⁵³ Njegovi grafički radovi u području kulture obilježili su čitavo razdoblje u kojem su pop kultura i postmodernizam ušli u *mainstream*. Osim oblikovanja plakata radi grafička rješenja za knjige, biblioteke, časopise, ali i scenografije, kostimografije i uređenja interijera i grafike.⁵⁴

Sredinom 1960-ih godina Mihajlo Arsovski preuzima oblikovanje plakata Galerije SC. Izrađuje ih u tehnici sitotiska, najčešće u formatu 50 x 70 cm. Njegova inovativnost i kreativnost najočitije su izraženi u polju tipografije, a jedna od odlika njegovih plakata jest sposobnost manipuliranja slovima na originalan i izražajan način.⁵⁵ Oblikovanje plakata za Galeriju SC nakon Arsovskog preuzeo je Boris Bućan.⁵⁶ Arsovski je u svojim radovima koristio govor stripa i dekonstruirao odnos riječi i slike, predstavljajući time radikalni otklon od modernističkog vizualnog jezika Piceljevih plakata.⁵⁷ Poigravanje motivima i žarkim bojama, te manipulacija

⁵² Dejan Kršić »Grafički dizajn i vizualne komunikacije, 1950. – 1975.«, u: *Socijalizam i modernost: umjetnost, kultura, politika: 1950.-1974.*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej suvremene umjetnosti, 2. 12. 2011.–5. 2. 2012.) (ur.) Ljiljana Kolečnik, Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti: Institut za povijest umjetnosti, 2012., str. 251–252.

⁵³ Jasna Galjer, *Arsovski*, 2010., str. 163.

⁵⁴ Isto, str. 5.

⁵⁵ Isto, str. 11.

⁵⁶ Dejan Kršić, *Grafički dizajn*, 2012., str. 346.

⁵⁷ Jasna Galjer, *Arsovski*, 2010., str. 20.

tipografijom, koja rezultira zaigranošću plakata, obilježja su njegovih radova. Arsovski i Bućan djeluju u isto vrijeme, a 1972. u Galeriji SC održana je izložba plakata i tipografskog dizajna Arsovskog za koju je grafičko rješenje plakata potpisao Bućan (sl. 43). Plakat ukazuje na njihov odmak u odnosu na uobičajene vizuale u to vrijeme. Osnova je fotografija kaotičnog izgleda plakatnog mjesta u blizini Galerije (koju je snimio Željko Stojanović), a kojom se ukazuje na razliku dizajna Mihajla Arsovskog i niskih standarda uličnog plakatnog dizajna.⁵⁸ Fotografija prikazuje razne plakate aktualne na ulicama grada Zagreba 1972. Većina ih je oblikovana uporabom tipografije, a slični su plakatima koji su karakteristični i za MUO 1950-ih: koristi se centrirano postavljeni, jednostavan font koji veličinom naglašava važne stvari i koji se proteže kroz cijeli plakat. Neki od plakata imaju i motiv koji pobliže opisuje temu, poput ilustracije jurećeg motorista za *Veliku nagradu Jugoslavije* ili fotografije orgulja na plakatu namijenjenom glazbi njemačkog kompozitora Hanswolfa Scribe. Bućan „reklamira“ Arsovskog njegovim odsustvom na plakatu – želeći time navesti na razmišljanje u kojoj se mjeri i na koji način Arsovski ističe u odnosu na svoje suvremenike.



Sl. 43. Boris Bućan, *Arsovski*, 1971.

Ovaj plakat samo je jedan od dokaza kako njihove suradnje, tako i načina na koji su djelovali izvan okvira u sredini u kojoj su se nalazili. Arsovski je svoju osobnost ispoljavao kroz medij plakata i grafičkog oblikovanja, umjesto da se prilagodi zahtjevima tržišta i u skladu s time producira plakate koji nisu pamtljivi.⁵⁹

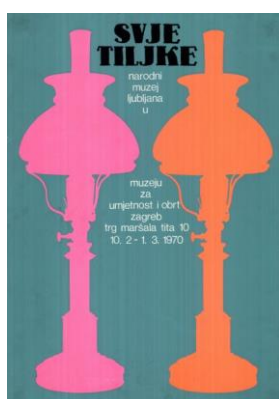
⁵⁸ Dejan Kršić, *Grafički dizajn*, 2012., str. 362.

⁵⁹ Jasna Galjer, *Arsovski*, 2010., str. 9.

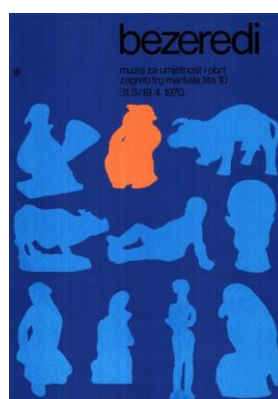
Njegovi plakati s kraja 1960-ih i početka 1970-ih godina za MUO poput: *Suvremena primijenjena umjetnost SSR Estonije, Letonije, Litve* (1967.) (sl. 44), *Svjetiljke* (sl. 45), *Lujo Bezeredi* (1970.) (sl. 46) nisu toliko zaigrani u odnosu na za njegove ostale plakate. Po razmještau teksta i fotografije djeluju gotovo „piceljevski“, no ono što nas odmah asocira na Arsovskog su neonske, kontrastne boje kojima se služi za postizanje maksimalnoga, upečatljivog efekta. U plakatu za izložbu *Mladen Pejaković* (1971.) (sl. 47) poigrava se tipografijom i koristi se samo plavom bojom s bijelim akcentima na crnoj podlozi. Ekspresivna tipografija preuzima ulogu slike u plakatu⁶⁰ i predstavlja odmak od ustaljene sheme postavljanja teksta u kompoziciju.⁶¹



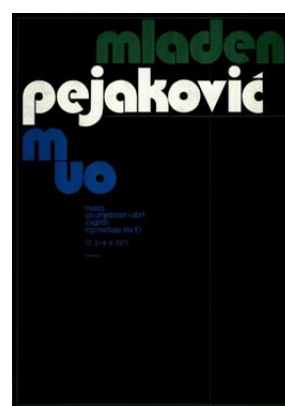
Sl. 44. Mihajlo Arsovski,
*Suvremena primijenjena
umjetnost SSR Estonije,
Letonije, Litve*, 1967.



Sl. 45. Mihajlo Arsovski,
Svjetiljke, 1970.



Sl. 46. Mihajlo Arsovski,
Bezeredi, 1970.



Sl. 47. Mihajlo Arsovski,
Mladen Pejaković, 1971.

Radio je i plakat kojim se obilježavalo 90 godina institucije – *Muzej za umjetnost i obrt 1880.–1970.* iz 1970. (sl. 48). Preko crno-bijelog grafičkog prikaza dame koja sjedi na antiknoj fotelji,⁶² reminiscencije na prošlost, kao da je udaren pečat zeleno-ljubičaste boje koji govori o izložbi, a koji prekriva dobru trećinu plakata. Poigravanje različitim tipografskim pristupima i bojama evidentno je i u ovome slučaju. Zanimljivo je da Arsovski za reprodukciju uzima ilustraciju britanskog autora Aubreyja Bearsleyja,⁶³ u originalu korištene za omot *Kataloga*

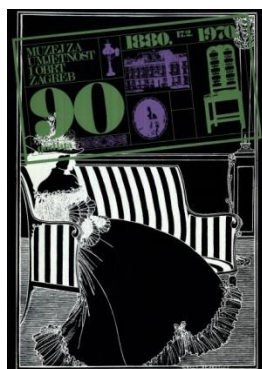
⁶⁰ Isto, str. 45.

⁶¹ Arsovski se poigrava tipografijom, slobodno postavljajući tekst na plakat, neki od primjera za Galeriju Studentskog centra: *Imaginarni muzej* (1966.), Kabinet grafike JAZU: *Nagrađivani švicarski plakati* (1972.) i Galeriju suvremene umjetnosti: *Tartaglia* (1967.), *Galić* (1970.).

⁶² Reprodukcijsa sa signaturom Aubreyja Beardsleyja.

⁶³ Beardsley je aktivan zadnjih desetljeća 19. stoljeća i njegov opus (ilustracije za naslovnice knjiga, kazališni plakati) inspiracija su umjetnicima u daljnjem razvoju secesije.

rijetkih knjiga br. 6 Leonarda Smithersa iz 1886.⁶⁴ Arsovski radi inverziju boja izvorne ilustracije, još se jednom poigravajući motivom. Na „udarenom pečatu“ preko ilustracije nalaze se motivi iz stalnog postava MUO-a: svjetiljka, stolac, zrcalo, ali i sama zgrada Muzeja. Uporaba citata poput ovog često se nalazi na plakatima Arsovskog⁶⁵ i time se naslanja na duchampovsku tradiciju korištenja postojećeg s novim značenjima.⁶⁶ U slučaju preuzimanja Beardsleyjeve ilustracije, Arsovski nas upućuje na više slojeva značenja: na prvi pogled radi se o motivu koji govori o povijesti i podsjeća na to da je MUO institucija koja ima dugu prošlost i veliku tradiciju. Također, ako smo upoznati s djelovanjem Beardsleyja (njegovim utjecajem na razvoj plakata i secesije), razumljivo je da je Arsovski uzeo upravo njega kao citat za temu – iako je prvenstveno ilustracija bila na omotu knjige i žena u originalu također čita, na plakatu za MUO taj je detalj otpao. Time Arsovski prilagođava motiv novoj temi. Treći sloj značenja mogao bi se pronaći u činjenici da je Beardsley krajem 19. stoljeća pisao o važnosti plakata kao medija i načeo pitanje o tom mediju kao umjetničkom djelu na što nas, na svoj suptilan način, Arsovski ovim putem želi podsjetiti.⁶⁷



Sl. 48. Mihajlo Arsovski, *Muzej za umjetnost i obrt 90 godina*, 1970.

⁶⁴Reprodukcija dostupna na Royal Academy of Arts Collections:

http://www.racollection.org.uk/ixbin/indexplus?_IXSESSION=_dx1uFrBt5QN&_IXSR=_&_IXACTION=_display&_MREF=_129734&_IXSP=_1&_IXFPFX=_templates/full/&_IXSPFX=_templates/full/&_IXTRAIL=_Names%C2%A0A-Z (pregledano 13. prosinca 2016.)

⁶⁵ Primjeri plakata u kojima upotrebljava izložene eksponate na sličan način kao u slučaju za stalni postav MUO (1970.) su nastali za Galeriju primijenjenih umjetnosti u Zagrebu: *Profili* (1967.) ili poigravanje motivima pop kulture (Da Vincijeva *Mona Lisa*) u slučaju plakata za *3. međunarodnu izložbu originalnog crteža* (1972.) u riječkoj Modernoj galeriji.

⁶⁶ Jasna Galjer, *Arsovski*, str. 47.

⁶⁷ Aubrey Beardsley, »The Art of Hoarding«, u: *The New Review*, srpanj 1894., The Cypher Press: <http://www.cypherpress.com/content/beardsley/prose/hoarding.php> (pregledano 13. prosinca 2016.)

6.2. Plakati Ivana Picelja u 1970-ima i oblikovanje logotipa Muzeja za umjetnost i obrt

Osim plakata koji na prvi pogled privlače neonskim bojama – *Blago s morskog dna* (1971.) (Slika 39.) i *Keramika I* (1971.) (Slika 40.), početkom 1970-ih Picelj i dalje radi strukturalne modularne kompozicije na plakatima, poigravajući se figuralnim elementima koji upućuju na temu poput onog za izložbu *Milana Hrčić Balić* (1971.) (sl. 49), ili apstraktnim oblikovnim elementima u *Umjetnost tekstila* (1972.) (sl. 50).



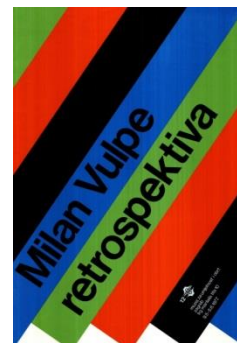
Sl. 49. Ivan Picelj, *Milana Hrčić-Balić*, 1971.



Sl. 50. Ivan Picelj, *Umjetnost tekstila*, 1972.



Sl. 51. Ivan Picelj, *Finski dizajn*, 1971.

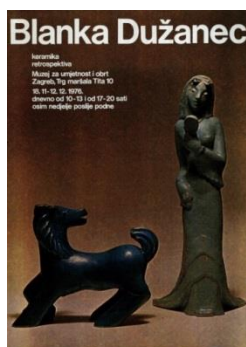


Sl. 52. Ivan Picelj, *Milan Vulpe – retrospektiva*, 1977.

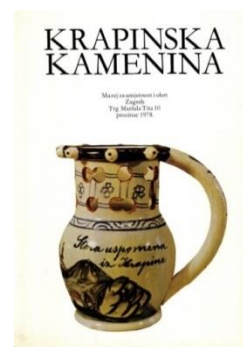
Minimalistički pristup u oblikovanju iskazuje na plakatima *Finski dizajn* (1971.) (sl. 51) i *Milan Vulpe – retrospektiva* (1977.) (sl. 52). Plakati su oblikovani kao jedna cjelina, bijela podloga s dijagonalnim trakama različitih boja prema kojima se pozicionira tekst koji daje osnovne informacije o izložbama. Oni ne govore o temi izložbe, ali su efektni svojim minimalističkim pristupom. S druge strane, fotografija na Piceljevima plakatima 1970-ih također počinje zauzimati sve jasniju poziciju, uz sve manju alteraciju originalnog izgleda fotografije. Takav stilski pomak pratimo od izložbe *Stolno posuđe i pribor od renesanse do secesije* (1973.) (sl. 53) preko izložbe *Branka Dužanec* (1976.) (sl. 54), do izložbe *Krapinska kamenina* (1978.) (sl. 55). Picelj odabire izložke koji upućuju na sadržaj događanja, dajući time posjetitelju konkretne informacije o izložbi, što se dosta razlikuje od ranijih rješenja plakata za izložbe u MUO-u, u kojima su motivi s izložbe prikazani kroz apstraktne oblike ili alterirane fotografije.



Sl. 53. Ivan Picelj,
*Stolno posuđe i pribor
od renesanse do secesije*, 1973.



Sl. 54. Ivan Picelj,
Blanka Dužanec, 1976.



Sl. 55. Ivan Picelj,
Krapinska kamenina, 1978.

6.2.1. Usporedba dvaju Piceljevih plakata iz 1969. i 1977.

Ovdje se mogu ukratko usporediti Piceljeva rješenja za izložbu *Bečka arhitektura oko 1900.* (1969.) (sl. 56) i plakata nastalog osam godina kasnije, *Secesija u Hrvatskoj* (1977.) (sl. 57).

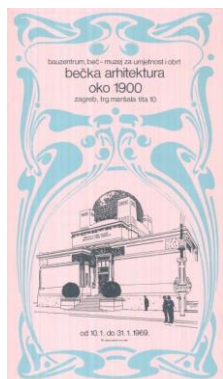
Oba rješenja izvedena su na ružičastoj podlozi, a Picelj je iskoristio izduženi format koji je bio karakterističan za plakate iz razdoblja secesije. Plakatom iz 1969. dominira svijetloplavi vitičasti okvir organskog izgleda koji asocira na motive koje često prepoznajemo u estetici secesije. Podijeljen na dva dijela: gornji uokviruje centralno postavljene tekst s nazivom izložbe i mjestom održavanja. Donji, veći dio, kao okvir zrcala uokviruje ilustraciju pročelja zgrade Secesije u Beču ispod koje je naveden datum održavanja izložbe.

Noviji plakat, onaj iz 1977. za *Secesiju u Hrvatskoj*, izgleda kao nova verzija prethodnog plakata sa sličnom tematikom: crni okvir secesijskih linija sada je smješten samo u gornji dio plakata unutar kojeg su podaci o nazivu izložbe, mjestu i datumu održavanja. Ispod okvira, u donjem dijelu plakata, nalaze se poredane u pravilnim razmacima tri fotografije koje prikazuju izložbene predmete. Ispod njih stoji tekst koji opisuje sastavne dijelove izložbe: (arhitektura, slikarstvo, kiparstvo, grafika...) i radno vrijeme Muzeja. Za živahne boje i realistične fotografije predmeta na plakatu zaslužna je kombinacija serigrafske tehnike i offsetne reprodukcije.⁶⁸

Pri usporedbi ova dva plakata dobro je uočljiva razlika u pristupu oblikovanju u rasponu od gotovo deset godina. Stariji se plakat svojim obrubom i ilustracijom zajedno s tekstom doima kao jedna skladna cjelina, dok noviji izgleda kao da ima više odvojenih dijelova koji međusobno ne funkcioniraju toliko dobro kao u prvom slučaju. Tonković postavlja pitanje je li za takvu

⁶⁸ Marija Tonković, *Plakati Ivana Picelja*, 1979., str. 113.

stilsku promjenu prema ilustrativnijem plakatu kriva publika koja je sklonija tendirati „lijepom i slikovitom“ u odnosu na konstruktivističku estetiku po kojoj je Picelj bio poznat. Zaključuje da noviji plakati u sebi sadrže stanovitu romantiku i napominje da tip slova grotesk zamjenjuje antikva.⁶⁹



Sl. 56. Ivan Picelj,
Bečka arhitektura oko 1900., 1969.



Sl. 57. Ivan Picelj,
Secesija u Hrvatskoj, 1977.

6.2.2. Logotip Muzeja za umjetnost i obrt – pitanje vizualnog identiteta

Prijelomna točka u grafičkom dizajnu 1970-ih događa se uspostavom Međunarodne izložbe grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija Zgraf. Ivan Picelj, Mihajlo Arsovski i Alfred Pal su 1975. inicirali Zgraf, no na njemu se zapravo afirmirala nova generacija autora, „...dizajnera kao art directora: Boris Ljubičić, Stipe Brčić, Željko Borčić, Davor Tomićić, Mirko Ilić, koji pokušavaju izaći iz sfere rada isključivo za naručitelje iz sfere visoke kulture (izložbe, muzeji i galerije, kazalište, izdavaštvo)“.⁷⁰

U Muzeju u to vrijeme, osim Piceljevih plakata za Stalni postav (1962.), nije bilo izraženoga, kontinuiranog stvaranja identiteta koji bi se razlikovao od drugih institucija. Autori plakata radili su rješenja gotovo istog predznaka i za druge muzeje i galerije u gradu Zagrebu, nisu bili obavezni stvarati samo u MUO-u i nisu morali implementirati strogo određene parametre prilikom oblikovanja plakata koji bi bili ekskluzivni samo Muzeju. Pa ipak, do zanimljivog pomaka u vizualnom identitetu Muzeja dolazi 1980. kada Ivan Picelj, u povodu stote obljetnice Muzeja, kreira prigodni logo *100 godina MUO* (sl. 58). Kako nam objašnjava Vesna Lovrić Plantić, njegovo rješenje čvrsto je ukorijenjeno u tradiciji Novih tendencija. Logo se sastoji od triju slova spojenih u kvadratnom polju, a koje sadrži slova M, U i O, čiji je oblik

⁶⁹ Isto, str. 97, 98.

⁷⁰ Dejan Kršić, *Grafički dizajn*, 2012., str. 268.

baziran na konstrukciji osnovnih geometrijskih formi. Zanimljivo je da se taj logo nije koristio samo za jubilej već se i narednih godina rabio i kao logo.⁷¹ Kontinuirana primjena Piceljeva loga počinje tek od dolaska Vladimira Malekovića na čelo Muzeja 1983. On je u svome ravnateljskom mandatu često naglašavao važnost marketinga i potrebe okrenutosti Muzeja korisnicima. Tako je tek na izložbi *Romaničko slikarstvo u Hrvatskoj* iz 1987. logo bio tiskan na svim materijalima za izložbu: osim plakata i na pozivnici te ostalim muzejskim publikacijama.



Sl. 58. Ivan Picelj, *Prigodni logo*
povodom 100 godišnjice MUO, 1980.

6.3. Ostali autori 1970-ih

Osim Picelja, plakate za izložbe Muzeja 1970-ih radili su i drugi autori. U nastavku su izdvojeni Branimir Baković i Ratko Petrić s pojedinačnim rješenjima za analizu. Uz njih, plakate u to vrijeme potpisuju i Lothar Retzlaff, Gerhard Preiss, Tomo Gusić te Ivan Antonović i Marija Braut (Antonović i Braut zajedno rade plakat za izložbu *Lice grada* iz 1979.)⁷²

6.3.1. Branimir Baković

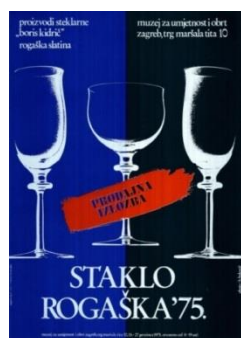
Branimir Baković (1940.) prvenstveno je poznat kao fotograf, a od 1969. bio je i glavni fotograf Galerije Forum koja se nalazila u sklopu Centra za kulturu i informacije Zagreba. U katalogu *Sezona u plakatu 74/75* naveden je kao umjetnički i repro-fotograf, zajedno s Ivicom Stančinom (dizajnerom), Želimirom Bakovićem (laborantom) i Nikolom Stančinom (grafičarom), koji djeluju u sklopu Foto-grafičkog atelijera, a surađuju i s drugim galerijama u Hrvatskoj. Plakati za izložbe Foruma rađeni su u tehnici sitotiska, a cilj im je bio jeftinim i jednostavnim postupkom

⁷¹ Vesna Lovrić Plantić, »Značenje vizualnog identiteta Muzeja za umjetnost i obrt«, u: *Informatica Museologica* 32 (2001.), str 87.

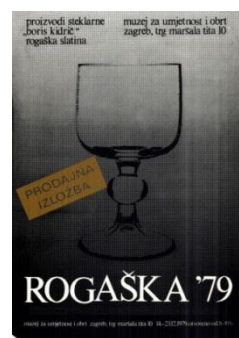
⁷² Usp. Jasna Galjer, *Plakati MUO*, 1996.

dostići što višu razinu i kvalitetu izvedbe uz originalna rješenja.⁷³ Baković je uz angažman u galeriji Forum radio i plakat za Muzej za umjetnost i obrt.⁷⁴ *Staklo – Rogaška '75* bila je prodajna izložba održana u Muzeju 1975. (sl. 59), na kojoj su se prodavali primjerci iz tada poznate staklarne „Boris Kidrič“ iz slovenske Rogaške Slatine. Plakat za izložbu privlači pažnju svojom dvobojnom pozadinom (sačuvan u crno-plavoj i plavo-zelenoj varijanti). Dominiraju vizure fotografija triju staklenih čaša bijele boje, koje ispunjavaju najveći dio plakata. Posred čaša otisnuta je linija crvene boje koja asocira na debeli potez kista, preko koje piše da je riječ o prodajnoj izložbi. Fotografije čaša koje radi Baković u svome se gornjem dijelu iz čvrste bijele pojave rastaču u grubu, zrnastu strukturu bez finih prijelaza.

Godinu dana prije plakata za Muzej, Baković je radio izložbu fotografija portreta u Malom salonu u Rijeci, gdje je koristio specifičnu tehniku foto-grafike ostvarene na prozirnoj plastičnoj foliji. Takva tehnika rezultirala je portretima u grubom zrnatom rasteru tamnog pigmenta.⁷⁵ Iako na plakatu za Muzej nema fotografija lica, grubi zrnati raster bijele boje vidljiv je na rubovima čaša. Sačuvan je i plakat *Rogaško staklo – '79* iz 1979. (sl. 60) koji stilski prati oblikovanje rješenja za izložbu *Rogaška '75*, no svojim zagasitijim bojama pri izvedbi zaostaje za onim iz 1975.



Sl. 59. Branimir Baković,
Staklo Rogaška '75, 1975.



Sl. 60. Nepoznati autor,
Rogaška '79, 1979.

⁷³ *Sezona u plakatu 74 / 75*, katalog izložbe (Zagreb, Studio galerija Forum, rujan – listopad 1975.), str. 2–4.

⁷⁴ Baković je naveden kao autor u digitalnom repozitoriju Athena Plus MUO.

⁷⁵ Milan Zinaić, »Portreti u Malom salonu u Rijeci«, u: *Novi list*, Rijeka, 16. listopada 1974., str. 13.

6.3.2. Ratko Petrić

Ratko Petrić (1941.–2010.)⁷⁶ je bio hrvatski umjetnik, prvenstveno poznat kao kipar koji je 1970-ih izazivao kontroverze svojim skulpturama unutar grupe Biafra, a izradio je plakat za izložbu *Berlinski pjesnici-slikari* (1976.). Najveći dio plakata zauzima crtež igračke karte, označen rombom (karo) uz naslikani portret plemića, što označava igraču kartu „dečka“. Crtež je vrlo vjerojatno izveden u tehnici tuša, kojom se 1970-ih Petrić često koristio: naime, radio je crteže finim perom i tušem kojima grafičko izražavanje i klasična sjenčanja dolaze do izražaja.⁷⁷ Crtež igračke karte na plakatu za izložbu *Berlinski pjesnici slikari* (1976.) (sl. 61) vjerojatno korespondira s umjetnikovim zanimanjem za grafiku i tehniku tuša: zauzima najveći dio plakata, ostavljajući samo s desne strane prema rubu usku vertikalnu liniju na kojoj se nalaze informacije o izložbi. Petrić većinu prostora prepušta slici – u ovome slučaju reprodukciji crne igračke karte. Referira se na temu izložbe tako da jednom „dečku“ u ruke kao oružje stavlja pero, a drugome slikarski kist i time na duhovit način povezuje motiv igračke karte s izložbom.



Sl. 61. Ratko Petrić,
Berlinski pjesnici - slikari, 1976.

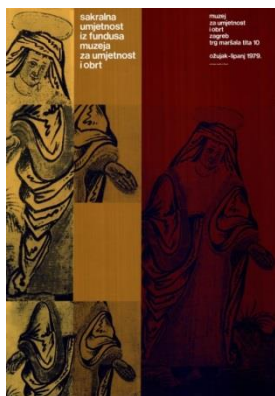
6.3.3. Plakati s kraja 1970-ih

Krajem 1970-ih nastaje par plakata Muzeja koji se odlikuju sličnim oblikovnim karakteristikama. Obradene fotografije ili ilustrativni, uvećani prikazi motiva s izložbe pozicioniraju se na upečatljiv način tako da stvaraju protutežu tekstu. Tekstualni blok s podacima o nazivu, datumu i vremenu te mjestom izložbe tiskani su istim fontom (Helvetica) te svojim

⁷⁶ ALU HAZU, Dosje Ratko Petrić, Osobni podaci i biografija. Rođen 1941. u Zadru, završio ADU u klasi Vanje Radauša, bavi se slikarstvom i karikaturom.

⁷⁷ Ive Šimat Banov, Branka Hlevnjak, Ivica Župan, *Ratko Petrić*, Zagreb: Akademija likovnih umjetnosti, 2007., str. 145.

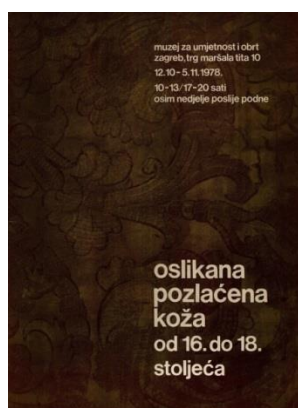
sadržajem i oblikovanjem podsjećaju jedno na drugo. Radi se o plakatima za izložbe *Sakralna umjetnost iz Muzeja za umjetnost i obrt* (1979.) (sl. 62) i *Kinesko tradicionalno slikarstvo* (1980.) (sl. 63), čije likovne opreme kataloga i plakata potpisuje Ivan Picelj. Slična plakatna ostvarenja ona su za izložbu *Oslíkana pozlaćena koža od 16. do 18. stoljeća* (1978.) (sl. 64) i *Donacija Ljube Penić* (1980.) (sl. 65). U katalozima tih dviju izložbi kao autor likovne opreme kataloga naveden je Roko Bolanča, dok autor plakata nije naveden. Bolanča je inače bio član sekcije ULUPUH-a za grafički dizajn i vizualne komunikacije, a grafički je oblikovao i radio prijelome za brojna izdanja. Između ostalog, početkom 1980-ih intenzivno je radio za Galeriju Antuna Augustinčića i njihove povremene izložbe, a oblikovao je i *Anale Galerije Antuna Augustinčića* koji im služi kao godišnjak, dajući im prepoznatljivo grafičko rješenje i jasnu koncepciju.⁷⁸



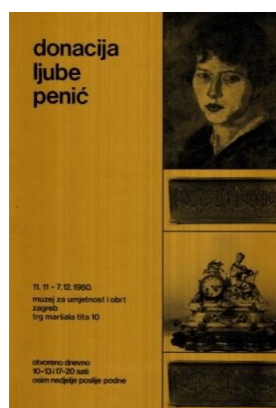
Sl. 62. Ivan Picelj, *Sakralna umjetnost iz fundusa Muzeja za umjetnost i obrt*, 1979.



Sl. 63. Ivan Picelj, *Kinesko tradicionalno slikarstvo*, 1980.



Sl. 64. Nepoznati autor, *Oslíkana pozlaćena koža*, 1978.



Sl. 65. Nepoznati autor, *Donacija Ljube Penić*, 1980.

⁷⁸ Slavica Marković, »Uz desetu obljetnicu Galerije Antuna Augustinčića u Klanjcu«, u: *Informatica Museologica* 16 (1986.), str. 33.

7. Plakati Muzeja za umjetnost i obrt u 1980-ima

Prema 1980-ima nema unificiranog stilskog izraza kod autora. Kod plakata MUO dolazi do stilskog pluralizma.⁷⁹ Produkcija plakata je velika, ali oni svojom pojavom ne predstavljaju zajedničku grupu jer su stilski gledano vrlo različiti. Tih godina radi mnoštvo autora: Miloš Martinović, Fuat Hadžihalilović, Vladimir Grbić, Krešimir Ferinac, Božo Biškupić, Srećko Cvek, Brano Horvat, Vedran Mimica, Franjo Kiš i Željko Jerman,⁸⁰ a u nastavku su izdvojena pojedinačna rješenja Borisa Bućana, Zorana Pavlovića, Fedora Ličine, Borisa Ljubičića, Alfreda Pala, Milana Vulpea, Nenada Dogana i Vere Dajht-Kralj.

7.1 Boris Bućan

Boris Bućan (1947.) je umjetnik koji se pretežno bavio grafičkim oblikovanjem i slikarstvom koje je diplomirao na Akademiji likovnih umjetnosti (1972.). Od 1970-ih intenzivno se bavio izradom plakata za Studentski centar, Teatar &TD i kazalište Gavella, dok u idućem desetljeću njegove plakate odlikuju crtačka rješenja (primjerice serije plakata za HNK u Splitu – *Žar ptica*, 1983.).⁸¹

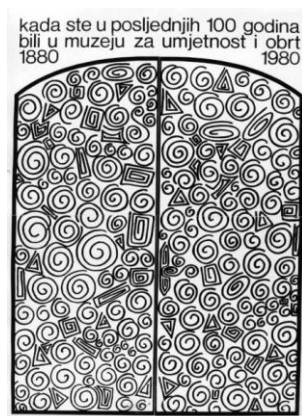
Bućan je 1980. realizirao plakat za stotu obljetnicu Muzeja *Kada ste u posljednjih 100 godina bili u Muzeju za umjetnost i obrt, 1880.–1980.* (sl. 66). Osim naslova izložbe (koji je ujedno i sav tekst), na plakatu se nalazi i crtež vrata MUO-a, koja su u stvarnosti bogato ornamentirana, a na plakatu apstrahirana. Ispunjavanjem gotovo čitavog prostora ukrasnim volutama vrata koje su proizvoljno crtane rukom, plakat dobiva na izuzetnoj vibrantnosti. Bućan u svojim radovima preispituje granice, često se koristi jasnim dosjetkama koje ostaju bliže konceptu, baš kao u ovom slučaju.⁸² Motiv vrata već je iskoristio Edo Kovačević za plakat stalnog postava 1952. Naime, tada su na fotografiji prikazana širom otvorena, pozivajući posjetitelje da slobodno uđu. Bućanova su vrata zatvorena, no ilustrirajući mnoštvo različitih voluta, autor kao da želi dati do znanja da se u MUO-u krije čitav svijet koji posjetitelj tek treba otkriti. Volute su različitih veličina i oblika – raznovrsne su i stiješnjene jedna uz drugu, odajući dojam obilja (izložaka) koje posjetitelj može pronaći u Muzeju.

⁷⁹ Jasna Galjer, *Plakati Muzeja za umjetnost i obrt*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 1996.), (ur.) Vladimir Maleković, Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 1996., str. 2.

⁸⁰ Usp. Jasna Galjer, *Plakati MUO*, 1996., str. 22–32.

⁸¹ Biografski podaci preuzeti iz: Jasna Galjer, *Plakat*, 2009., str. 478.

⁸² Ivo Marević, »Noviji radovi Borisa Bućana u kontekstu likovnih tendencija osamdesetih godina«, u: *Život umjetnosti* 33/34 (1982.), str. 21.



Sl. 66. Boris Bučan,
*Kada ste posljednjih 100 godina
bili u MUO, 1980.*

7.2. Zoran Pavlović

Zoran Pavlović (1942.–2011.) ponajprije je bio poznat kao karikaturist, član „Zagrebačke grupe karikaturista“, a bavio se i fotografijom te grafičkim dizajnom. Kao grafički urednik radio je u *Studentskom listu*, *Poletu*, *Pop expressu* i *Telegramu*. Umjetnički direktor magazina *Start* postao je 1970-ih, a u Centru za društvene djelatnosti vodio je Studio za grafički dizajn. Godine 1980. počeo je voditi odjel dizajna u izdavačkoj djelatnosti Grafičkog zavoda Hrvatske.⁸³ S Mihajlom Arsovim osnovao je dizajnerski studio „P&D“ (Pop i dizajn). Njihova „originalna tipografija, izbor slikovne građe i način prelamanja stranice i riječi odavali su senzibilitet nove, pop kulture.“⁸⁴

Primjeri korištenja Piceljeva loga za Muzej nalaze se u plakatu Zorana Pavlovića za izložbu *Englesko srebro od 16. do 20. stoljeća* (1980.) (sl. 67), gdje se uz tekst o informacijama u vezi s vremenom trajanja izložbe i lokaciji također nalazi spomenuti logo. Plakat privlači pozornost svojom referencom na najpoznatiji britanski simbol – zastavu, koja dominira plakatom, a u čiji je centar smješten bijeli obris vrlo vjerojatno srebrnog predmeta, pehara, koji služi kao dodatna asocijacija na izložbu. Uporabom zastave Ujedinjenog Kraljevstva, poznate i pod nazivom *Union Jack*, Pavlović se osim osvrtnja na temu izložbe referira i na jedan od poznatijih simbola pop kulture, što je 1980-ih godina bila česta pojava u grafičkom dizajnu.

Nešto prigušeniji plakat radi iste godine za izložbu *Poljska umjetnička tkanina od 16. stoljeća do danas* (sl. 68). Na smeđoj podlozi otisnuta je reprodukcija tkanine tamne boje, a

⁸³ ALU HAZU, Dosje Zoran Pavlović, Osnovni podaci i biografija.

⁸⁴ »In memoriam Zoran Pavlović (14. 2. 1941. – 12. 2. 2011.): Legendarni grafički urednik i karikaturist.«, u: *Jutarnji list*, Zagreb, 15. veljače 2011., str. 29.

njeno suptilnije oblikovanje u odnosu na prethodnu „englesku“ izložbu može se pripisati upotrebi tamnijih, zemljanih tonova.



Sl. 67. Zoran Pavlović,
Englesko srebro od 16. do 20. stoljeća, 1980.



Sl. 68. Zoran Pavlović,
*Poljska umjetnička tkanina
od 18. stoljeća do danas*, 1980.

7.3. Fedor Ličina

Od početka 1980-ih među autorima plakata za Muzej prominentno ime postaje Fedor Ličina (1939.–2006.). Rođen je u Zagrebu, gdje se školuje i 1963. završava Akademiju likovnih umjetnosti u klasi Ive Režeka, kada postaje suradnik Majstorske radionice Krste Hegedušića.⁸⁵ Pretežno se bavio slikarstvom: 1977. na izložbi *Aktualnosti u hrvatskom slikarstvu* (uz Knifera, Džamonju, Šuteja i Picelja) izlagao je slike nadahnute geometrijskim minimalizmom koji je „harmoničan, radikalan i meditativan“⁸⁶ i koji ga je kao „ljepota jednostavnosti“ opčinjavao 1970-ih i 1980-ih. Uz slikarstvo bavio se i ilustracijom te fotografijom, ali i grafičkim oblikovanjem. Maroević je, u sjećanje na Ličinu, 2006. pisao da je kao fotograf i dizajner i kao postavljatelj i savjetnik, opremio brojne likovne manifestacije.⁸⁷

U razdoblju od 1984. do 1993. Ličina je intenzivno radio plakate za Muzej. Oni nemaju jednu zajedničku odrednicu kao što je to slučaj kod Picelja, gdje je potreba za redom i jasnom strukturom plakata puno naglašenija. No svakako je važno napomenuti da su plakati Fedora Ličine, koje je oblikovao zajedno s katalozima izložbi, značajan dio fundusa plakata MUO. Iako svakoj izložbi pristupa zasebno i ne radi slična rješenja za različite teme, okarakterizirati ih se može kao vizualno poigravanje s najvažnijim motivima izložbe, nakon čega se gradi i tekstualni

⁸⁵ ALU HAZU, Dosje Fedor Ličina, Osobni karton i biografija.

⁸⁶ Branka Hlevnjak, »Komentar: 'In memoriam'«, u: *Hrvatsko slovo*, Zagreb, 07. travnja 2006., str.18.

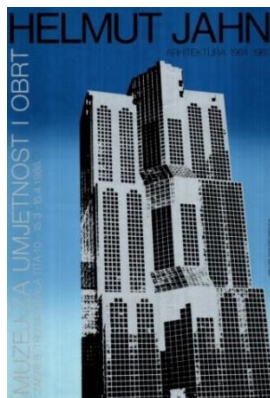
⁸⁷ Tonko Maroević, »Sjećanje: Fedor Ličina Pip (1939–2006): U počast okomici.«, u: *Vijenac*, Zagreb, broj 316, 13. travnja 2006., str. 14.

dio plakata. Tako je primjerice za plakate iz domene arhitekture poput *Chicago – 150 godina arhitekture* (1984.) (sl. 69) i *Helmut Jahn* (1988.) (sl. 70) uzimao visoke nebodere, snimane iz donjeg rakursa, koji se, zauzimajući većinu površine plakata, doimaju još višima te privlače pozornost na plakat. Na plakatu za izložbu *Tomislav Ostoja* (1988.) (sl. 71) uzeo je kao motiv Ostojin spomenik, također izmaknute perspektive i postavio ga u blagu dijagonalu. Za izložbu slikara *Frane Branka Angeli Radovanija* (sl. 72) iz 1984. koristio je njegovu karikaturu i kojoj je prilagodio boju i oblik teksta te crveni okvir koji zatvara plakat, tiskan na smeđoj podlozi.

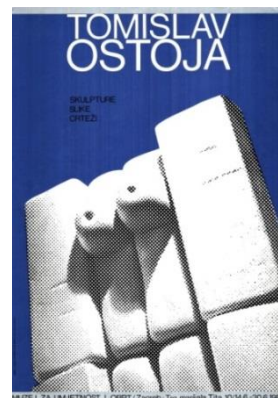
Poigravao se nacionalnim motivima u slučaju izložbi *Suvremena japanska keramika* iz 1988. (sl. 73) i *Suvremena japanska arhitektura* iz 1989. (sl. 74) gdje je kao referencu uzeo nacionalni simbol na zastavi Japana – crveni krug, na čemu je gradio ostale izražajne elemente plakata. U oba slučaja implementiran je i Piceljev „muzejski logo“ iz 1980.



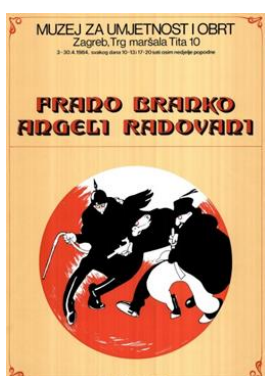
Sl. 69. Fedor Ličina, *Chicago: 150 godina arhitekture*, 1984.



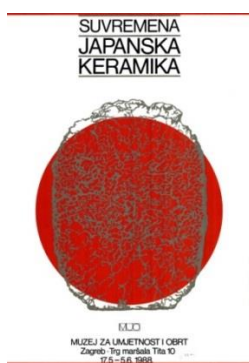
Sl. 70. Fedor Ličina, *Helmut Jahn*, 1988.



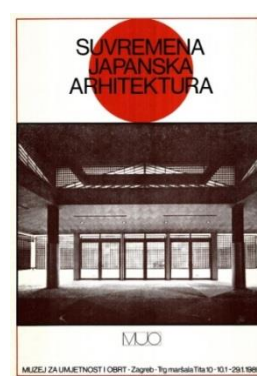
Sl. 71. Fedor Ličina, *Tomislav Ostoja*, 1988.



Sl. 72. Fedor Ličina, *Frano Branko Angeli Radovani*, 1984.



Sl. 73. Fedor Ličina, *Suvremena japanska keramika*, 1988.



Sl. 74. Fedor Ličina, *Suvremena japanska arhitektura*, 1989.

7.4. Boris Ljubičić – Izložba *Hrvatski narodni preporod*, 1985.

Vrlo važan moment u kontekstu novog oglašavanja i usustavljivanja dizajna izložbi u Muzeju donijela je izložba *Hrvatski narodni preporod 1790.–1843.* održana 1985. (sl. 75). Uz plakat, koji je oblikovao Boris Ljubičić (1945.), vrlo je bitan i vizualni identitet cijele izložbe – oblikovanje svih popratnih materijala, ali i novi načini oglašavanja. Zbog višegodišnjih priprema i istraživanja, ova se izložba svojedobno smatrala jednom od najkompleksnijih izložbi ikad održanih kod nas. Ističe se „...kao rijedak muzeološki primjer ostvarene ideje o izložbi kao samom po sebi specifičnom komunikacijskom mediju, i dosljedno takvoj suvremenoj koncepciji s provedenim vlastitim grafičkim identitetom i jednoznačnom leksikom obilježavanja cijele manifestacije.“⁸⁸ Što se tiče oglašavanja, uz plakat koji se mogao vidjeti na gradskim ulicama, na ulazu u zgradu Muzeja oblikovana je za tu priliku i posebna instalacija, kao raster koji svojim crveno-bijelo obojanim cijevima asocira na hrvatski grb. Ljubičić je osmislio kompletan tiskani materijal izložbe: osim plakata izveli su se i veliki i mali katalog, deplijan, kuverta, memorandum, pozivnica pa čak i suveniri (značke, bedževi, privjesci za ključeve, kutije šibica, kao i ambalaža odnosno vrećice).⁸⁹ Autor je grafičkim dizajnom za izložbu u onom vremenu dosegao najviši kulturni i reklamni standard, ne samo plakatom već i intervencijom na ulazu u MUO.⁹⁰ Novi načini promocije izložbi logični su s obzirom na zasićenost tržišta velikim brojem oglasnih materijala između kojih se trebalo istaknuti na kreativan način, budući da su oglasi u raznim formatima i medijima bili 1980-ih dio svakodnevice.⁹¹



Sl. 75. Boris Ljubičić, *Hrvatski narodni preporod*, 1985.

⁸⁸ Marija Tonković, »Vizuelni identitet izložbe 'Hrvatski narodni preporod 1790–1848'«, u: *Život umjetnosti* 43/44 (1988.), str. 150.

⁸⁹ Vesna Lovrić Plantić, »Značenje vizualnog identiteta«, 2001., str. 87.

⁹⁰ Marija Tonković, »Vizuelni identitet izložbe«, 1988., str. 152.

⁹¹ Feđa Vukić, »Vizualna kultura osamdesetih«, u: *Sintaksa hrvatskoga jezika; Književnost i kultura osamdesetih: zbornik radova 39. seminara Zagrebačke slavističke škole* (Dubrovnik, 2010.), (ur.) Krešimir Mićanović, Zagreb: Filozofski fakultet, Zagrebačka slavistička škola, Hrvatski seminar za strane slaviste, 2011., str. 201.

Osim total-dizajna za izložbu *Hrvatski narodni preporod* iz 1985., Ljubičić je radio i plakate za ostale izložbe Muzeja. Neki od primjera su plakat za izložbu *Damira Fabijanića* (1988.) (sl. 76) u kojoj se Ljubičić poigrao konceptom otisnute fotografije na bijeloj pozadini i fonta koji kao da bježi iz svojih zadanih parametara, dajući plakatu novi oblikovni moment na koji promatrač vrlo vjerojatno nije naviknut, što ga čini zanimljivim.



Sl. 76. Boris Ljubičić, *Damir Fabijanić*, 1988.

7.5. Alfred Pal

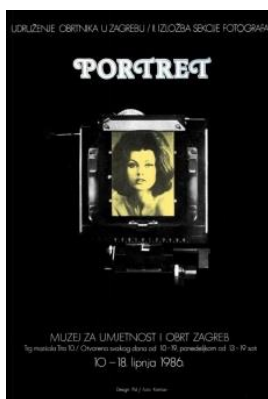
Plakat za izložbu *Udruženje obrtnika – II. izložba sekcije fotografa – portret* (1986.) izradio je Alfred Pal (1920.–2010.) (sl. 77). On je bio slikar, novinar, karikaturist i grafički dizajner, a 1999. dobio je i počasnu nagradu ZGRAF-a. Za vlastite potrebe realizacije plakata 1964. osnovao je s kolegom dizajnerom Nenadom Pepeonikom sitotiskarski atelier PP, koji je trajao do prevlasti offsetnih plakata. Poznat je po svojim društveno-političkim angažiranim plakatima, primjerice za izložbu *Židovi na tlu Jugoslavije* (1988.) održanu u Muzejskom prostoru (današnja Galerija Klovićevi dvori). Između ostaloga bavio se i opremom knjiga.⁹² Pal je često koristio vlastite slike na plakatima, a Hlevnjak piše da se radi o „specifičnoj slikarskoj ikonografiji i naročitom postupku enkaustike, koji zajedno čine ekspresivne znakove i simbole.“⁹³ Primjer takvog rješenja je plakat za izložbu *Logoraši, beštije, kažnjenici* (1991.) održanu u Galeriji školske knjige.

Njegov plakat za izložbu fotografskih portreta u Muzeju temelji se na centralno postavljenoj reprodukciji fotoaparata na kojoj je fotografija portreta ženskog lica koje je, u svom frontalnom stavu prema kameri, upereno u gledatelje. Iznad njega stoji natpis „Portret“ koji s

⁹² Branka Hlevnjak, »Grafičke metonimije Alfredda Pala«, u: *Alfred Pal: grafički dizajn: retrospektiva*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 15. 9.–11. 10. 2009.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 2009., str. 17–26.

⁹³ Isto, str. 27.

obzirom na zaigrani izgled fonta također privlači veliku pozornost. Osnovne informacije o muzeju i vremenu održavanja nalaze se na gornjem i donjem dijelu plakata, no nisu izvedene jednostavnim, pročišćenim fontom kao što je npr. Helvetica koji je dugo vremena držao primat kod plakata i bio, iako klasičan, vrlo nenametljiv u svom postojanju. Fotografija je u ovom slučaju ključna ikona, odnosno znak, koji služi za uspostavu vizualne komunikacije s gledateljem i najavljuje sadržaj. Pal se često koristio najistaknutijim izlošcima na plakatima, pozicionirajući ih na kontrastne pozadine, čime su oni postajali znakovi odnosno plakatni simboli.⁹⁴ Sličan pristup upotrebljavao je i u oblikovanju naslovnica knjiga.⁹⁵



Sl. 77. Alfred Pal, *Portreti*, 1986.

7.6. Milan Vulpe

U Zagrebu su se 1987. održale međunarodne studentske sportske igre *Univerzijada* koje su donijele veliku promociju svojom medijskom pokrivenošću i bogatim popratnim kulturnim programom. Kultura je 1980-ih postala nezaobilazan dio sportskih manifestacija, a u vrijeme *Univerzijade* u Zagrebu su se događale brojne predstave, koncerti, projekcije filmova i izložbe. MUO se, uz niz drugih zagrebačkih muzejskih i galerijskih institucija, uključio s pet izložbi, od kojih je jedna *Svjetska izložba sportskog plakata (WESPO)* za koju je plakat radio Milan Vulpe (sl. 78),⁹⁶ poznat na dizajnerskog sceni od 1950-ih kao autor vrlo uspješnih reklamnih rješenja i vizualnog identiteta za tvrtke Chromos i Pliva.⁹⁷ Vulpe je za izložbu dizajnirao plakat koji obiluje uporabom tipografije koja djeluje vrlo ilustrativno, dajući tako dinamičan dojam plakatu zbog svog razmještaja, kao i samog načina izrade. Naglasio je pojedina slova plavom, crvenom,

⁹⁴ Marina Tenžera, »Zaboravljeni p(a)lakatni humanizam«, u: *Vjesnik*, Zagreb, 22. listopada 2004., str. 15.

⁹⁵ Branka Hlevnjak, »Grafičke metonimije«, 2009., str. 17.

⁹⁶ Jasenko Zekić, »Univerzijada '87.–drugi ilirski preporod«, u: *Časopis za suvremenu povijest* 39 (2007.), str. 299–304.

⁹⁷ Dejan Kršić, *Grafički dizajn i vizualne komunikacije*, str. 238.

žutom i zelenom bojom, koje su ujedno boje često korištene na promotivnom materijalu *Univerzijade* (logo *Univerzijade* '87 u donjem je desnom kutu plakata). Akcent bojama u inače crno-bijelom plakatu također su horizontalne linije koje upućuju na kraticu „WESPO“ (World Exhibition of Sport Posters), postavljenu u centar plakata. Na izložbi su se mogla vidjeti raznovrsna plakatna ostvarenja iz cijelog svijeta,⁹⁸ tako da je Vulpe svojim rješenjem plakata na osnovi tipografije i akcenata boje koje su asocijacija na Univerzijadu neutralizirao različite stilske izraze s izložbe.



Sl. 78. Milan Vulpe, Svjetska izložba sportskog plakata WESPO, 1987.

7.7. Likovnost plakata Nenada Dogana i Vere Dajht-Kralj

Izrazita likovnost prisutna je u oblikovanju plakata kojeg radi Nenad Dogan (1950.) za izložbu *Kostimograf Inge Kostinčer* iz 1987. (sl. 79). Studirao je na Akademiji likovnih umjetnosti u Zagrebu i diplomirao u klasi Raoula Goldonija 1975., a grafičkom dizajnu okrenuo se kao logičnom dodatnom izvoru zarade jer se njegov otac Boris Dogan (slikar i grafički dizajner) bavio opremom knjiga i oblikovanjem plakata.⁹⁹

Budući da je tema izložbe bila upravo naša poznata kostimografinja, plakat obiluje šarenim uzorkom i jarkom, žutom bojom, dajući do znanja da tekstil igra važnu ulogu. U središte plakata smještena je pravokutna slika dviju apstrahiranih figura, očigledno skica za kostime, a one su u kombinacijama uzoraka bijelih, crnih i žutih nijansi. Ti se uzorci u konačnici preslikavaju i na gotovo čitavu površinu plakata, odajući tako dojam živosti i vibrantnosti cjelokupnom rješenju. Krajnji dojam upotpunjuju žute horizontalne trake duž gornjeg i donjeg ruba plakata, unutar kojih su smještene informacije o muzeju, zajedno s logom. Doganu je

⁹⁸ Reprodukije 52 plakata s izložbe dostupne u digitalnom repozitoriju MUO: <http://athena.muo.hr/?object=linked&c2o=23181> (pregledano 8. prosinca 2016.)

⁹⁹ Mirjana Šigir, »Ukrašivač knjiga«, u: *Vjesnik*, Zagreb, 28. srpanj 1982., str. 15.

likovnost bila na prvom mjestu i za njegove ovitke knjiga, a objašnjava to kao posljedicu tehničke prirode, jer je oprema u tiskarama bila neadekvatna za nove eksperimente. Iz toga je razloga Dogan sebe u to vrijeme smatrao likovnim urednikom, a ne grafičkim dizajnerom.¹⁰⁰

Još jedan uspjeti primjer izrazite likovnosti plakata kojom se postiže maksimalan dojam jest onaj za izložbu *Recentni nakit* iz 1988. (sl. 80). U katalogu izložbe naznačeno je da je katalog oblikovao Roko Bolanča, dok je za dizajn plakata zaslužna Vera Dajht-Kralj (1928. – 2014.), hrvatska kiparica koja je također oblikovala nakit. Na nenametljivoj bijeloj pozadini nalazi se crnom bojom rađeni jednostavni crtež okrugle forme, moguća narukvica ili ogrlica, unutar kojeg su organske kružne forme ružičaste i smeđe boje. Unutar smeđeg kruga smješten je naziv izložbe, dok su informacije o mjestu i vremenu održavanja također slobodno nacrtane tekstualne forme. Plakat svojim neposrednim pristupom privlači pozornost i daje do znanja da je riječ o skici nakita, koji je ujedno tema izložbe.



Sl. 79. Nenad Dogan,
Kostimograf Inge Kostinčer, 1987.



Sl. 80. Vera Dajht-Kralj,
Recentni nakit, 1988.

¹⁰⁰ Isto, str. 15.

8. Plakati za izložbe Muzeja za umjetnost i obrt u 1990-ima ¹⁰¹

U 1990-ima, prema riječima Vukića, „...vizualnost tradicijske pozicije umjetničkog u hrvatskoj umjetničkoj praksi, kao i drugdje u svijetu, postaje pomalo drugorazredan interes autorima, koji se više ne bave nužno proizvodnjom vizualnih nego prakticiraju različite oblike ponašanja kako bi reagirali na društvenu svakodnevicu.“¹⁰² Vukić također napominje da je teško odvojiti djela koja su rađena za potrebe komunikacije u sektoru kulture općenito, od dobrog dijela umjetničke, muzejsko-galerijske produkcije u Hrvatskoj. Ta djela u užem smislu pripadaju segmentu grafičkog dizajna. Pogled na stanje u Hrvatskoj zaključuje riječima: „Prožimanje ideja i kreativnih postupaka u Hrvatskoj ima tradiciju još od početaka dvadesetog stoljeća, a pojedini zastupnici takvog svjetonazora nastavljaju i devedesetih godina stvarati na crti nejasnog razgraničenja umjetnosti i dizajna (npr. plakati Borisa Bućana). To odustajanje od potrebe da se nužno definiraju granice discipline tipično je i za tranzicijsku kulturu u Hrvatskoj devedesetih godina, pa čak i za masovnu vizualnu kulturu.“¹⁰³

Inače, bližeći se kraju 1980-ih, postupno svjedočimo vrlo dojmljivim fotografskim rješenjima na plakatu. Fotografije u živim bojama počinju zauzimati cijelu površinu plakata. Razlog za promjenu treba tražiti u novoj tehnologiji: u početnoj fazi izrade počinje se koristiti računalo. Grafički dizajneri, no i amateri bez temeljne likovne naobrazbe mogu pristupiti računalu i početi se poigravati vizualnim oblikovanjem. Pitanje obrazovanja umjetnika / dizajnera tu je također vrlo važno. U načelu su umjetnici koji su radili plakate bili diplomirani likovnjaci, većinom završivši grafički odjel Akademije likovnih umjetnosti koji im je zasigurno dao temelj za gradnju vlastitog izraza i osjećaja za izražajnost te kvalitetu daljnjih plakatnih rješenja. S druge strane, tiskanje u offsetnom tisku postaje sve češće, što dovodi do novih promišljanja u iskorištavanju potencijala tog načina tiska. U tome je kontekstu zanimljiv bio intervju Ivana Doroghyja (1951.) iz 1990., tadašnjeg urednika časopisa *Start* i profesora na zagrebačkom Studiju dizajna. Govori o tome da su dizajneri i fotografi godinama bili naviknuti na niži standard u tiskarama pa su sukladno tome i prilagodili svoj rad, odnosno snižavali likovni standard.¹⁰⁴ On je također oblikovao plakate za MUO i bio je svjestan mogućnosti novih tehnologija i njihove važnosti u izradi grafičkih rješenja. Svoju osnovnu likovnu naobrazbu

¹⁰¹ 1990-ih mnogo autora radi pojedinačna rješenja, uz navedene, rade Marko Murtić, Mirna Murtić, Andrija Rusan, Željko Premperl, Hrvoje Devide, Mihajla Hoffer, Davor Tomičić, Slavko Heningsman, Ivan Vitez, Ranko Novak, Marijan Jevšovar, Davor Tomičić, Zlata Radej; usp. Jasna Galjer, *Plakati MUO*, 1996., str. 38.

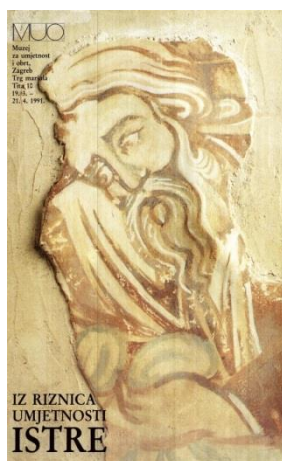
¹⁰² Feđa Vukić, *Vizualna kultura osamdesetih*, 2011., str. 175.

¹⁰³ Isto, str. 176.

¹⁰⁴ Dorotea Jendrić, » Ivan Doroghy: O grafičkom dizajnu«, u: *Večernji list*, Zagreb, 19. rujan 1990. str. 11.

stekao je diplomom 1977. na Akademiji likovnih umjetnosti, na Grafičkome odsjeku, u klasi Ante Kuduza. Osim plakatima i vizualnim identitetima bavio se i prijelomom časopisa *Vjesnik*, kao i grafičkim oblikovanjem časopisa *Polet i Start*. Jedan od njegovih najpoznatijih plakata je onaj za Zgraf iz 1991., a radio je i znak i logotip 800. obljetnice prvog spomena grada Osijeka.

Njegov plakat za izložbu *Iz riznica umjetnosti Istre* iz 1991. (sl. 81) primjer je uporabe offsetnog tiska, čime se iz tiska izvlači maksimum vjerodostojnosti fotografije, uvećanog dijela freske s prikazom sveca oko kojeg su ogoljeni dijelovi zida.



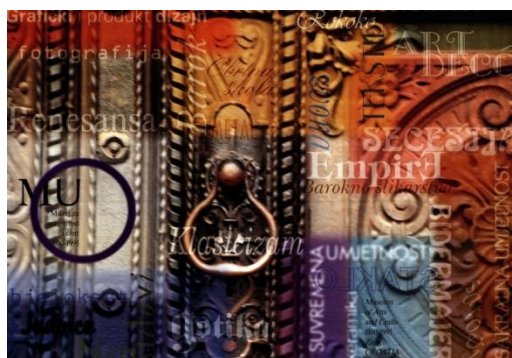
Sl. 81. Ivan Doroghy, *Iz riznica umjetnosti Istre*, 1991.

U to vrijeme plakate za MUO radi i Boris Ljubičić te njegov Studio International. U ovom trenutku polako se mijenja paradigma jednog autora-dizajnera koji radi plakat. Čitav tim dizajnerskog studija preuzima brigu za proces izrade ne samo plakata nego cjelokupnog vizualnog identiteta izložbe. Mijenja se način organizacije rada, javljaju se prvi studiji ili barem njihove simulacije – tim vizualnih komunikacija CIO pod vodstvom Borisa Ljubičića, Studio Borčić, Ilićev Sporo Loše Skupo. Osniva se i Studij dizajna 1989. (kao rezultat smjernica koje je zacrtao Exat 51 i zaslugom Bernarda Bernardija) pa uz školovane dizajnere i dizajnerice na tržište stupaju i međunarodne marketinške agencije.

Ljubičić je autor mnogobrojnih plakata – muzejskih, političkih, kazališnih, koncertnih i sportskih, a djeluje od 1970-ih godina pa sve do danas. Iako je diplomirao slikarstvo na Akademiji likovnih umjetnosti, odlučuje se za grafički dizajn i vizualne komunikacije te konceptualni pristup (plakati za *7. zagrebački salon*, *5. salon mladih*). Ljubičić u svojoj knjizi *Samo plakati* donosi vrlo široku definiciju plakata koje potkrjepljuje primjerima koje sâm radi. Donosi svojevrzne upute za uspješan plakat: „Količina informacija (fotografija, ilustracija) koju

stavljate na plakat popunjava ga i u toj situaciji treba voditi računa o njegovoj „čitkosti“ (Meštrović). Fotografija koja govori više od tisuću riječi (Uho za 11. zagrebački salon) može biti dovoljna za dizajn plakata.“¹⁰⁵

Godine 1995. radio je plakat za Stalni postav (sl. 82), ujedno oblikovavši i novi logo Muzeja. Pozadinu horizontalno postavljenog plakata čini uvećana fotografija starinske željezne ručke (ulaznih vrata Muzeja) i ukrasnih ornamenata oko nje, no zasjenjuju je natpisi pojedinih muzejskih zbirki napisanih različitim fontovima. Tekstovi koji se protežu uzduž i poprijeko po plakatu nalaze se unutar transparentnih kvadratnih okvira različitih boja koji akcentuiraju sam tekst. U lijevom dijelu plakata smješten je novi logo Muzeja. Ljubičić se koristio motivom vrata Muzeja, koji se također pojavljuje i na plakatima za stalni postav muzeja Ede Kovačevića 1952. i Borisa Bućana za 100 godina MUO-a 1982.



Sl. 82. Boris Ljubičić, *MUO stalni postav*, 1995.

Novi logo, u kojem se Ljubičić također poigravao fontovima, objašnjava riječima da se u logotipu odražava neoklasicizam Bolléove arhitekture, kovano željezo Obrtne škole i čiste forme suvremenog dizajna, zato je i vrsta tipografije svakog slova drugačija. Plakat novog postava poziv je građanima da otvore vrata Muzeja i pogledaju koje se kulturno bogatstvo skriva iza njih. Ljubičić uzima motiv ulaza s preslikom novog postava i navođenjem svih izložbenih grupa, naglašavajući tako raznolikost i bogatstvo MUO-a.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Boris Ljubičić, *Samo plakati*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej suvremene umjetnosti, 12. 7. – 25. 8. 2013.), Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti, 2014., str. 6.

¹⁰⁶ Sve preuzeto iz: Boris Ljubičić, »Muzej za umjetnost i obrt / Vizualni identitet«, u: *Informatica Museologica* 1 / 4 (1994.), str. 105.

8.1. Uloga marketinga u Muzeju za umjetnost i obrt u novije vrijeme

Postoji pregršt pisanih teorija o marketingu i menadžmentu, a s obzirom na slobodno tržište, čini se da su marketing i prezentacija danas među najvažnijim stavkama nekog poduzeća, ponekad čak i važnije od kvalitete samog proizvoda. Kulturni sektor nije ostao imun na nove zahtjeve tržišta – naprotiv, muzeji i galerije se sada nalaze u vrlo kompetitivnom svijetu. Uz stalni postav i povremene izložbe, Muzej uključuje i dodatne promotivne i kulturno-scenske programe poput koncerata, kazališnih predstava i promocija. Primjerice, u ljetnim mjesecima Muzej postaje poprištem kazališnih predstava koje se održavaju u dvorištu MUO-a, što zasigurno povećava broj zainteresirane publike, a Muzej tako, prema riječima ravnatelja Miroslava Gašparovića, postaje mjesto vrhunskih umjetničkih događaja.¹⁰⁷

Kulturna sadašnjost vrlo je raznolika, a potencijalni posjetitelji umjesto izložbe imaju izbor otići na neki drugi *event* iz šarolike ponude, koji spaja kulturne sadržaje s ostalim zabavnim elementima. Izrazito je važno pritom paziti na kvalitetu „kulturnog proizvoda“, a koji, ako je dobro komuniciran i ujedno oglašavan na način koji odgovara zahtjevima vremena, može rezultirati boljom reakcijom publike. U tome kontekstu marketinška strategija zaista može biti ključ uspjeha ili neuspjeha izložbe. Iznimno bitna stavka u stvaranju marketinškog plana, također primjenjiva na svijet kulturnog marketinga, jest promocija proizvoda koja se sastoji od četiriju faza, a koje se definiraju po ključnim riječima (proizvod, cijena, plasiranje, promocija). Istraživanja pokazuju da se trošak marketinške promocije pomiče s one koja uključuje tisak materijala prema potencijalima novih medija.¹⁰⁸

Plakati u tom kontekstu (p)ostaju korisni samo ako su postavljeni na iznimno atraktivne lokacije – jer oglašavanje u javnom prostoru i dalje slovi kao vrlo snažan način promocije, doduše vrlo skup u odnosu na nove medije. Plakati koji se nalaze na autobusnim i tramvajskim stanicama ili unutar vozila javnog prijevoza (pogotovo u velikim gradovima) popularni su i efektni. Tako je plakat za neku veliku izložbu, događaj ili početak sezone koristan na frekventnim mjestima. Naglašava se da je važno da se plakat sastoji od par ključnih riječi, koje su kratke i lako čitljive, a ako se preusmjerava na više informacija na novim medijima, npr. web-adrese, one moraju biti kratke i lako pamtljive.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Predstava: Ljetne noći Teatra Exit: osamnaest predstava u MUO-u, <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=65615> (pregledano 6. prosinca 2016.)

¹⁰⁸ Ylva French, Sue Runyard, *Marketing and public relations for museums, galleries, cultural and heritage attractions*, London and New York: Routledge, 2011., str. 90.

¹⁰⁹ Isto, str. 102.

Veliki kulturološki izložbeni projekti Muzeja za sobom povlače i vrlo razrađen vizualni identitet događaja. Takav oblik prezentacije MUO primjenjuje od izložbi *Hrvatski narodni preporod* iz 1985., kao i izložbe *Kultura Pavlina u Hrvatskoj* iz 1989. Zanimljivo je da će se na plakate te vrste izložbi polako (ali sigurno) smjestiti čim veći broj logotipa korporacija koje postaju sponzorima događaja. Takvim „hit izložbama“ krajnji je cilj svojim ekskluzivnim i zanimljivim sadržajem privući pozornost što više ljudi, a činjenica je da dobar marketing i oglašavanje dovode više posjetitelja. Ono što takve izložbe čini mogućima upravo je činjenica da je „poslovni svijet prepoznao njihov medijski potencijal.“¹¹⁰

Država sve manje u cijelosti financira muzeje: oni su primorani pronaći alternativne načine financiranja. Također, budžet koji muzeji dobivaju s obzirom na gospodarsku situaciju sve je manji, dok su zahtjevi i cijene sve veće. Izložbe se održavaju „pod pokroviteljstvom“ drugih sponzora i također se na jedan način prodaju. Ponekad se pretjerana isticanja sponzora, a samim time i poistovjećivanje s ostalim marketinškim akcijama nevezanima uz kulturu, mogu razumjeti u kontekstu nezavidne financijske situacije u kojoj se nalazi cijeli kulturni sektor. Upravo su takve, nove potrebe poslovnog svijeta i učinile kulturu „atraktivnim partnerom“ pa smo sve češće svjedoci takve vrste dogovora i načina financiranja muzeja.¹¹¹ Između ostalog, marketing je potreban da održava kvalitetnu i pozitivnu sliku sebe u javnosti. Posredno, takvom se slikom i privlače posjetitelji, no i ranije spomenuti sponzori i donatori koji tada ulažu novac u muzej. „Muzej je „kulturni projekt“, a posjetitelji predstavljaju „doživljavanje kulture“, pa je smisao marketinga da muzej postane to mjesto susreta, te da taj susret bude pozitivan za obje strane.“¹¹²

Tako i poznati povjesničar umjetnosti Arnold Hauser, kada piše o ulozi umjetnosti u društvu, piše o tome kako novo doba priznaje umjetnost „kao ono što se konzumira kao umjetnost.“¹¹³ Zaključak u ovom slučaju bio bi taj da marketingom nisu iznevjereni ideali struke već to vrijedi samo ako je on neprimjeren i loše izveden.¹¹⁴

¹¹⁰ Tomislav Šola, *Marketing u muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti*, Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2001., str. 32.

¹¹¹ Isto, str. 79.

¹¹² Isto, str. 79.

¹¹³ Arnold Hauser, *Sociologija umjetnosti. Knj 2.*, Zagreb: Školska knjiga, 1986., str. 9.

¹¹⁴ Tomislav Šola, *Marketing u muzejima*, 2011., str. 298.

8.2. Veliki kulturološki izložbeni projekti¹¹⁵

Muzeji u potrošačkom društvu delikatna su tema, predmet rasprava mnogobrojnih knjiga i studija, no činjenica je da su i muzeji postali institucije koje, bez obzira na svoj neprofitni i javni karakter, pogotovo u slučaju MUO-a, dobivaju novu konkurenciju u vidu raznih djelatnosti u cijeloj kreativnoj industriji. Muzej za umjetnost i obrt često naglašava važnost dobre komunikacije sa svojom publikom, pritom stavljajući naglasak na veliku ulogu službe za marketing i odnose s javnošću koju karakteriziraju kao ključnu sponu između muzejske struke i javnosti.¹¹⁶ Komunikacija posebno dolazi do izražaja u planiranju i realizaciji velikih izložbi čime Muzej dobiva na još većem značaju u svojoj sredini, a za uspješnu realizaciju angažira istaknute dizajnere i dizajnerske studije.

8.2.1. Ranko Novak

Ranko Novak (1948.) rođen je u Zagrebu i nakon srednjoškolskog obrazovanja odlazi u Sloveniju, gdje je diplomirao na Fakultetu za arhitekturu, građevinu i geodeziju u Ljubljani. Grafičkim dizajnom počinje se baviti u 1970-ima, a deset godina kasnije sudjeluje u osnivanju studija Znak¹¹⁷, u kojem je radio s Miljenkom Liculom. Od 1987. predaje na Akademiji likovnih umjetnosti u Ljubljani te radi postave i oblikovanja opreme za izložbe u ljubljanskoj Narodnoj galeriji.¹¹⁸ Autor je mnogobrojnih rješenja vizualnih identiteta, često iz područja kulture: u Hrvatskoj radi logotipove za Arhiv i fotogaleriju Tošo Dabac, Dramsko kazalište Gavella i Muzej Mimara.¹¹⁹ Primjerice, u sklopu studija Znak je surađivao s Muzejom Mimara, kao i pri izradi plakata za promociju njihova postava.¹²⁰

Počeci njegove suradnje s MUO sežu u rane 1990-te kada je radio postav, a s Nenadom Doganom i plakat za njihov veliki kulturološki projekt *Od svagdana do blagdana – Barok u*

¹¹⁵ S obzirom na velik broj izložaba fokus analize stavljen je na autore koji su obilježili velike izložbene projekte u Muzeju.

¹¹⁶ *Muzej za umjetnost i obrt: O muzeju*, <https://www.muio.hr/about/> (pregledano 9. listopada 2016.)

¹¹⁷ Studio Znak nastavlja svoj rad do 1994.

¹¹⁸ Ranko Novak: *Razstava razstavnih plakata*, <http://www.ng-slo.si/si/razstave-in-projekti/razstava/ranko-novak?id=1359> (pregledano 10. prosinca 2016.)

¹¹⁹ Iva Körbler, »Razgovor: Ranko Novak – Dizajner rješava tuđe probleme«, u: *Vijenac* 197, 20. rujna 2011. <http://www.matica.hr/vijenac/192/Plakat%20kao%20likovni%20fenomen/> (pregledano 10. prosinca 2016.)

¹²⁰ Plakat iz 1987. s reprodukcijom slike Petera Paula Rubensa iz zbirke muzeja Mimara, reprodukcija dostupna u on-line zbirci muzejskih plakata MDC-a, <http://www.mdc.hr/hr/mdc/zbirke-fondovi/zbirka-muzejskih-plakata/pregled-zbirke-plakata/muzej-mimara,18520.html> (pregledano 10. prosinca 2016.)

Hrvatskoj (1993.) (sl. 83). Na plakatu se nalazi reprodukcija portreta s izložbe kao pozadina ostalim materijalima koji su postavljeni: radi se o trima fotografijama muzejskih predmeta koji su smješteni u središnji dio plakata. Logo Muzeja izostaje u ovom primjeru, ali zato je tu logo sponzora izložbe u desnom rubu plakata. Svi detalji mogu se protumačiti kao brza i učinkovita informacija koja uz tipografiju čini „konglomeraciju vizualno pozitivnih iskri kojima ste jednostavno bombardirani.“¹²¹ Iskričave dosjetke u specifičnom odnosu slike i riječi u svrhu informiranja dio su „Novakovog duha“, kako ističe Andrej Smrekar.¹²²



Sl. 83. Ranko Novak i Nenad Dogan, *Od svagdana do blagdana – Barok u Hrvatskoj*, 1993.

8.2.2. ArTresor i Studio Rašić

ArTresor i Studio Rašić na čelu s Antom Rašićem (1953.) izrađuju brojne plakate za izložbe Muzeja od kraja 1980-ih godina. Ante Rašić, poznati hrvatski kipar i slikar, diplomirao je na Akademiji likovnih umjetnosti. Umjetnički mu je izraz u kiparstvu obilježen zatvorenosti oblika, plastičnom čistoćom i bijelom bojom.¹²³ Također se bavi grafičkim i industrijskim dizajnom, a krajem 1980-ih počinje svoju uspješnu suradnju s Muzejom za umjetnost i obrt, prvo kroz umjetničku skupinu ArTresor (čiji su osnivači bili poznati umjetnici, dizajneri i arhitekti Oleg Hrčić, Dalibor Jelavić, Franjo Kiš, Vinko Penezić, Krešimir Rogina i Ante Rašić) i kasnije kroz Studio Rašić. Fokusiran na dizajnersko-umjetničku i marketinšku produkciju, studio je oblikovao brojne plakate i vizualne identitete izložbi u MUO. Kao svoj cilj, realizirajući cjelokupni koncept

¹²¹ Marko Kružić, »Ramica dijapozitiva«, u: *Vijenac* 276, 30. rujna 2004.

<http://www.matica.hr/vijenac/276/RAMICA%20DIJAPOZITIVA/> (pregledano 10. prosinca 2016.)

¹²² Andrej Smrekar, *Ranko Novak – dizajn plakata izložbi*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 14. 9.–24. 10. 2004.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt 2004., bez paginacije.

¹²³ Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Rašić, Ante. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=51907> (pregledano 4. rujna 2016.)

izložbi, navodi se „promicanje i stvaranje novih vrijednosti važnih za dobrobit čovjeka, društva i vlastite sredine.“¹²⁴

Umjetnička skupina ArTresor zaslužna je za vizualno oblikovanje izložbe *Kultura Pavlina u Hrvatskoj* (1989.) (sl. 84) – arhitekt Oleg Hržić radio je likovni postav izložbe, dok je Ante Rašić zaslužan za vizualni identitet. Fotografija kipa Bogorodice u zlatno-smeđim nijansama središte je plakata, uz tekst s nazivom te datumom i mjestom izložbe koji se nalazi u gornjem lijevom kutu. Siva pozadina je nenametljiva, tako da je naglasak na Bogorodici i njenom zlatnom plaštu kao i njenoj izražajnosti lica. Kip na fotografiji postavljen je tako da joj je pogled usmjeren prema gornjem lijevom dijelu plakata, u kojem se nalazi i tekst izložbe, čime kao da navodi da se pročita tekst i shvati se o čemu se radi.

Izložba *Bidermajer u Hrvatskoj* iz 1997. (sl. 85) ima plakat koji izgledom ne odudara mnogo od plakata za *Kulturu Pavlina u Hrvatskoj* (1989.). Oblikovanje kataloga, plakata, loga i prospekta uz Antu Rašića za ArTresor potpisuje i Sandra Krasić. Fotografska reprodukcija reprezentativne slike, portreta djevojčice s izložbe, nalazi se na plakatu, a tekst naziva pozicioniran je uz lijevi vertikalni rub, dok su u horizontalnoj traci na rubovima plakata nalazi se informacija o mjestu održavanja i datumima izložbe. Dva zanimljiva detalja: ovaj put izložba ima logo koji se nalazi u gornjem desnom kutu plakata, dok je logo generalnog sponzora, tvrtke Belupo, i web-stranice izložbe u donjem desnom kutu. Ovdje dolazi do javne suradnje sponzora koji svoj logo stavlja na promotivne materijale izložbe Muzeja.



Sl. 84. ArTresor,
Kultura Pavlina u Hrvatskoj, 1989.

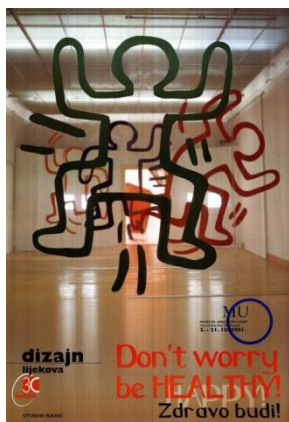


Sl. 85. ArTresor,
Bidermajer u Hrvatskoj, 1997.

¹²⁴ Studio Rašić, <http://www.studio-rasic.hr/> (pregledano 21. rujna 2016.)

9. Novi pristup oglašavanju u Muzeju za umjetnost i obrt nakon 2000.

Primjeri iz Studija Rašić s početka 2000-ih pokazuju novi pristup oglašavanju u moru različitih reklama na ulicama tih godina: „Svijest o dizajnu kao odlici koja itekako određuje razinu kulturnog identiteta nije nepoznata na ovim prostorima. Iako se to danas često zaboravlja, prije gotovo pola stoljeća Milan Vulpe uspostavio je visoke standarde u dizajnu ambalaže lijekova. Usprkos toj sjajnoj tradiciji, aktualna je razina vizualnog komuniciranja obilježena brzim preuzimanjem trendovskih obrazaca, odnosno šarenilom koje je dozlaboga sivo u svojoj jeftinoj pomodnosti.“¹²⁵ Naime, Belupo je kao sponzor imao i vlastite promotivne izložbe u Muzeju: *Novi vizualni identitet ambalaže lijekova Belupo* (1995.), a 2001. veliku izložbu *Don't worry be healthy! Zdravo budi – dizajn lijekova Belupo* (sl. 86), za čiji je vizualni identitet zaslužan Studio Rašić na čelu s Antom Rašićem. Ovom izložbom promoviran je novi pristup u marketingu i oglašavanju proizvoda. Interaktivni prostorni ambijent i motivi autorskih radova poznatih umjetnika na ambalažama lijekova pomiču granice dizajna, umjetnosti i marketinga.¹²⁶



Sl. 86. Studio Rašić,
Don't worry be Healthy, 2001.

Kompleksnost izložbe očituje se, kako nas upućuje Galjer, u dvostrukom kodiranju motiva s izložbe, od promidžbene poruke – „Don't worry be healthy“, inače poznate kao parole „Don't worry be happy“, do korištenja piktograma na način citata: „u rasponu od ilustracija Svjetlana Junakovića na ambalaži lijekova za djecu, preko ekspresionističke slike Dalibora

¹²⁵ Jasna Galjer, »Dizajn kao multikulturni proizvod«, u: *Oris* 13 (2002.), str. 142.

¹²⁶ Studio Rašić, <http://www.studio-rasic.hr/> (pregledano 21. rujna 2016.)

Jelavića sve do općepoznatih ikoničkih znakova kao što su stilizirani likovi Keitha Haringa ili Magritteov saksofon.¹²⁷

Plakat je zato neodvojiv od cjelokupnog konteksta događanja jer je fotografija izložbenog prostora s kojim se Studio Rašić poigrava ispunjen upravo stiliziranim likovima Keitha Haringa i razigranim tekstom naziva izložbe. Osim loga tvrtke Belupo, na plakatu je i logo Muzeja, Ljubičićevo ostvarenje koje postaje trajni znak Muzeja prisutan na plakatima. Vrlo zanimljiva ostvarenja su i ona za izložbu *Secesija u Hrvatskoj* (2003.) (sl. 87–90.), a cilj svoga rada najbolje opisuje upravo dizajner: „Pažljivim odabirom motiva (radovi iz razdoblja secesije) i minimalnim dizajnerskim intervencijama koje odaju 'prste' današnjeg dizajna prenesen je dio atmosfere i duh vremena secesije u današnju svakodnevicu. I sama se umjetnost tako približila mediju današnjeg plakata, spajajući ga s njegovim oglašivačkim počecima. Novonastali plakati s motivima secesije pokazali su se iznimno atraktivnim i pristalim u današnjem okruženju ostvarujući začudnu sinergiju s drugim plakatima nastalima danas u digitalnoj eri lepršavog i razigranog dizajna s neosecesijskim obilježjima (VIP itd.).¹²⁸ Rašić danas odaje počast nekadašnjim plakatima, dok su intervencije koje radi pažljivo računalno uređeni tipografski oblici i logo Muzeja koji se nadograđuju na početni, interpretirani plakat. Osim serije plakata za izložbe, izradili su i npr. plakat za posljednji dan izložbe, koji sadrži logo raznih sponzora (sl. 91)



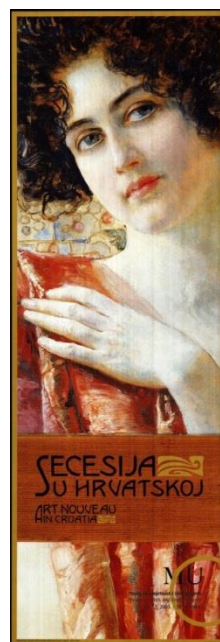
Slika 87.



Slika 88.



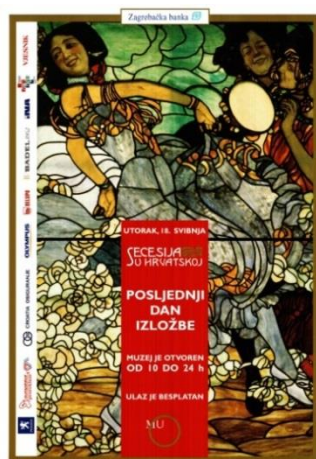
Slika 89.



Slika 90.

¹²⁷ Jasna Galjer, *Dizajn kao multikulturni proizvod*, str. 144.

¹²⁸ Studio Rašić, <http://www.studio-rasic.hr/> (pregledano 21. rujna 2016.)



Slika 91. Studio Rašić, *Secesija u Hrvatskoj*, 2003.

Izložba *Umjetnost uvjeravanja – Oglašavanje u Hrvatskoj 1835.–2005.* iz 2006. (sl. 92) također je pomakla ljestvicu u muzejskom oglašavanju. Ovog puta Studio Rašić fokusirao se na izradu city-light plakata. Muzej za umjetnost i obrt od početka 2000-ih koristi se city-light formatom plakata za svoje oglašavanje, stupajući tako ukorak s novim načinima oglašavanja. City-light plakati svojim se izgledom uklapaju u novi koncept oglašavanja o kojem je pisano u prethodnom poglavlju: radi se o jednostrano ili dvostrano ostakljenom osvijetljenom ormariću u koji se smješta plakat, a koji tako postaje dio suvremene urbane opreme. Postavljanjem na stajališta javnog prijevoza, kioske itd. komunicira uglavnom prema segmentu pješaka i korisnika javnog prijevoza,¹²⁹ upravo onim ciljnim skupinama za koje je (i dalje) potrebno raditi plakate. Studio Rašić kampanju za izložbu temelji na gotovo performativnom činu samih prolaznika: „Provocirani natpisom NE OTVARAJ na zapakiranom city-lightu, prolaznici nisu odoljeli. Trganjem alu-folije otkriven je vizualni identitet izložbe koji predstavljaju hipnotičke koncentrične kružnice, asocijacija na djelovanje oglašavanja i utjecaj na ljudska osjetila. Plakat s perforacijom predstavlja supkulturni kanal komunikacije u oglašavanju.“¹³⁰ Ante Rašić je sa svojim suradnicima, prvo u ArTresoru, a kasnije u Studiju Rašić zaslužan za čitav niz vizualnih identiteta izložbi u MUO, između ostalih: *Suvremeni hrvatski kipari* (1992.), *Humanitarno ozračje Europske unije* (1994.), *Džepni sat* (1998.), *Skriveno blago Muzeja za umjetnost i obrt* (2005.), *Raoul Goldoni – Dizajn* (2008.), *Rembrandt: grafike – Bakropisi iz zbirke Alte Galerie, Landesmuseum Joanneum* (2008.), *Doživjeti Zagreb 1930-ih / Đuro Janeković: Fotografije* (2009.), *Andrija Orlić: Fotografije 1950. – 1995.* (2009.), *Dora Pezić Mijatović: Keramika – Retrospektiva* (2009.), *Vladimir Meglić: STOLica stoLICA: OBJEKTI I SLIKE* (2009.), *Bane*

¹²⁹ City light plakati, <http://pio.hr/ponuda/citylight-2/> (pregledano 23. rujna 2016.)

¹³⁰ Studio Rašić, <http://www.studio-rasic.hr/> (pregledano 21. rujna 2016.)

Mileković; *Slike 9/8* (2010.), Nikola Koydl: *Slike i objekti* (2012.), Jozo Četković: *Fotografije* (2012.), *Transparentna ljepota: staklo iz hrvatskih muzeja* (2013.).

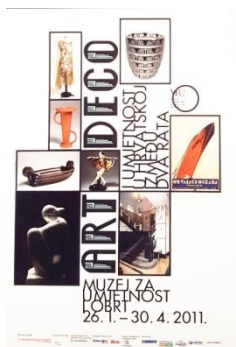


Slika 92. Studio Rašić,
Umjetnost uvjeravanja, 2006.

9.1. Ranko Novak – plakati u 2000-ima

Dizajner Ranko Novak nastavio je suradnju s MUO-om sve do današnjih dana, a među njegovim ostvarenjima ističu se rješenja vizualnih identiteta i postava izložbi *Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata* (2011.) i *Arhitektura i performans, Grafike iz kabineta Luja XIV. u fundusu MUO* (2015.). Novak se u svome djelovanju specijalizirao za grafičko oblikovanje i tipografiju, a upotreba raznih tipografskih rješenja kao izražajnog elementa u komunikaciji sadržaja događanja uočava se na primjeru vizualnog identiteta izložbe *Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*. Plakat (sl. 93) sadrži natpis „Art deco“, vertikalno postavljen po sredini plakata bijele pozadine. Natpis je oblikovan tipografskim stilom koji svojim zaobljenim rubovima i dekorativnim dijelovima unutar ispune slova podsjeća na razdoblje 1920-ih, dok slikovni sadržaj – reprodukcije djela s izložbe (skulpture, odjeća, plakat, uporabni predmeti) – progovaraju o raznolikosti postava. Osim plakata standardnih dimenzija, Novak je za izložbu izradio i verzije jumbo plakata, što govori u prilog širenju područja rada sa samo jednog promidžbenog rješenja do cjelokupnog vizualnog identiteta izložbe gdje su razni promotivni materijali (uključujući više verzija plakata raznih dimenzija) dio integralnog marketinškog dijela izložbe, neodvojivog od njena sadržaja. Dvije su verzije jumbo plakata: jedan načinom svog oblikovanja slijedi isti princip kao i manji plakat, što znači da su na bijeloj pozadini ponovno kombinirani ukrasni tekst i fotografije reprodukcije motiva s izložbe. Na

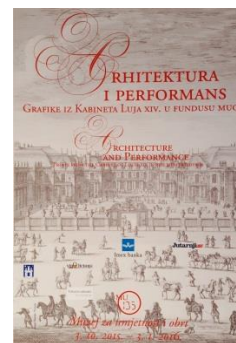
drugom jumbo plakatu (sl. 94) Novak još više razrađuje razna tipografska rješenja – na crnoj pozadini plakata nalaze se vertikalno i horizontalno postavljeni natpisi „Art déco“ u raznim veličinama i bojama, no svima je zajednička asocijacija na tipografska pisma koja su se koristila 1920-ih. Raskoš oblika i boja trebao bi asociirati na luksuz i glamur, što je karakteristično za razdoblje prikazano na izložbi, a smještaj natpisa u pravilan raster ipak daje do znanja da se radi o umjetnosti koja izrasta iz modernističkih temelja. Novak je tim postupkom postigao maksimalan efekt bez korištenja fotografije, koja je vrlo česta na plakatima novijeg razdoblja.



Sl. 93. Ranko Novak, *Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*, 2011.



Sl. 94. Ranko Novak, *Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*, 2011.



Sl. 95. Ranko Novak, *Arhitektura i performans, Grafike iz kabineta Luja XIV. u fundusu MUO*, 2015.

Na plakatu (sl. 95) za izložbu *Arhitektura i performans, Grafike iz kabineta Luja XIV. u fundusu MUO* (2015.) za pozadinu je koristio bakropis s prikazom Versaillesa. Pozadina je ujedno i „nositelj“ plakata na kojem je tekst oblikovan tipografijom koja svojim izgledom ponovno asocira na temu – vitičasto prvo slovo naziva i jarka crvena boja kao podsjetnik na imperij i moć Luja XIV. Dosjetljiva rješenja možda nemaju zajednički stilski nazivnik, ali vrlo dobro komuniciraju informaciju o izložbama. Novak se ne želi svrstati u određenu stilsku kategoriju već smatra da pitanje oblikovanja ovisi o tipu sadržaja koji se komunicira.¹³¹

¹³¹ Iva Körbler, »Razgovor: Ranko Novak«, u: *Vijenac* 197, 20. rujna 2011.

9.2. Bachrach & Krištofić

Kultura plakata u Muzeju bila je na itekako visokoj razini sa Studijem Rašić, a nastavila se i kroz rad umjetničko-dizajnerskog dua Bachrach & Krištofić u novije vrijeme. Supružnici, dizajnerica Sanja Bachrach (1961.) i fotograf Mario Krištofić (1957.), umjetnici su koji realiziraju brojne umjetničke i izložbene zajedničke projekte u proteklih 35 godina. Također rade vizualne identitete za izložbe u Muzeju. Od plakata se ističe onaj za izložbu *Akvizicije* održanu 2013. (sl. 96). Rade na tragu jednostavnih i upečatljivih dizajnerskih rješenja, a čak i kada se koriste fotografijom (u doba sveprisutne digitalne fotografije i fotografske slike), ona je „često prisutna tek u naznakama, jedva vidljiva ili potpuno jednostavna.“¹³² U slučaju plakata za *Akvizicije*, fotografija je crno-bijela, a na nju su dodane ilustracije raznih motiva u boji koje plakatu daju živost i neobičnu zaigranost. Pomak od očekivanog i osobni likovni pristup fotografiji i dizajnu vidljivi u ovom primjeru protežu se još iz radova nastalih u 1980-ima i 1990-ima za kazališne plakate.¹³³ Iste godine rade i vizualni identitet za veliku izložbu *S Caravaggiom u Europu – Večera u Emausu iz milanske Pinakoteke di Brera u Zagrebu*. Uz velike izložbene projekte zaslužni su i za materijale izložbe pojedinačnih autora kao što su *Scenografije – instalacije s razlogom Propadalo* (2006.) ili *Gordana Drinković – Staklo, moje drugo tijelo* (2013.) te *Dnevници snoviđenja: ostavština Virgilija Nevjestića* (2014.).

Autori su i vizualnog identiteta i postava izložbe *Herman Bollé: graditelj hrvatske metropole* (2015.) (sl. 97) Na plakatu izložbe koriste se fotografijom detalja zagrebačke katedrale, dok je u gornjem lijevom kutu logo koji označava 135. obljetnicu osnutka MUO-a. Fotografija je česta u radovima Bachrach i Krištofić, ne samo na plakatima već i u postavima izložbi, gdje prikazom detalja inače udaljenog tornja katedrale (kao i na plakatu) ili kupole mirogojskih arkada, posjetiteljima približavaju nepoznati svijet i kod njih potiču znatiželju.¹³⁴

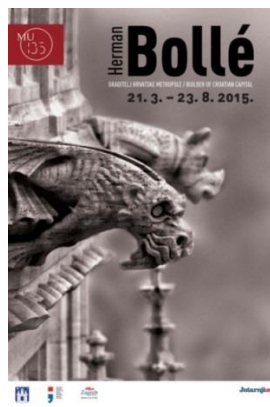
¹³² Dejan Kršić, »Od fotografije do dizajna i dalje: četveroručni rad višeslojnih primjena«, u: *Bachrach & Krištofić: dizajn i fotografija*, u: katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 7. 9.–23. 10. 2016.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt 2016., str. 28.

¹³³ Feđa Vukić: Izložbeni salon Izidor Kršnjavi, 1992., tekst deplijana izložbe, u *Bachrach & Krištofić: dizajn i fotografija*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 7. 9.–23. 10. 2016.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt 2016, velika knjiga, str. 116.

¹³⁴ Jasmina Fučkan, »Bachrach + Krištofić = dizajn + fotografija«, u: *Bachrach & Krištofić: dizajn i fotografija*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 7. 9.–23. 10. 2016.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt 2016., mala knjiga, str. 11.



Sl. 96. Bachrach & Krištofić,
Akvizicije, 2013.



Sl. 97. Bachrach & Krištofić,
Herman Bollé, 2015.

9.3. Studio Oaza

Kada dizajneri izrađuju vizualni identitet zajedno s likovnim postavom, dolazi do još većeg povezivanja promidžbenog materijala sa samim sadržajem izložbe, čime se povećava kvaliteta prijenosa informacija putem plakata. Naime, u tim slučajevima *total design* dolazi do izražaja već pri prvom susretu budućeg posjetitelja s izložbom preko plakata. Odabir boja i tipografije kao i fotografije na plakatu, ispričane istim vizualnim jezikom kao i postav izložbe, mogu doprinijeti kvalitetnijoj cjelokupnoj slici o događanju. U tom kontekstu ističe se i primjer izložbe *U dobru i zlu: vjenčana odjeća od 1865. do danas* (2015.), čiji je vizualni identitet i likovni postav potpisao studio Oaza – dizajnerice Nina Bačun (1981.) i Roberta Bratović (1980.). Od početka svoga djelovanja u 2013., kolektiv šestero dizajnerica (Nina Bačun, Ivana Borovnjak, Roberta Bratović, Tina Ivezić, Maja Kolar i Maša Poljanec) prerastao u je dizajnerski studio zaslužan za brojne projekte iz područja kulture – izložbe i eksperimentalna događanja, a bave se i produkt dizajnom, modnim dizajnom i izradom vizualnih identiteta.¹³⁵ Za izložbu *U dobru i zlu: vjenčana odjeća od 1865. do danas* dizajnerice su se u organiziranju postava koristile svijetlim tonaliteta boja – bež nijansama koje naglašavaju nježnost vjenčanica i odjevnih predmeta koji su kroz povijest bili sastavni dio ceremonije vjenčanja. Naglašenu intimnu notu tih predmeta, ali i raskoš materijala te složenost izrade vjenčanice koje su se mogle vidjeti na izložbi, prenijele su i na sam plakat (sl. 98). Fotografiju vjenčane haljine svijetlih nijansi upotpunjava debeli okvir bež nijanse koji pristaje tonovima haljine. Različitim vrstama pisma oblikovale su naziv izložbe i datum održavanja, koji je pozicioniran gotovo u središte plakata kao jedna od ključnih informacija.

¹³⁵ Studio Oaza: About, <http://www.o-a-z-a.com/en/about> (pregledano 20. siječnja 2017.)



Sl. 98. Studio Oaza,
*U dobru i zlu: vjenčana odjeća od
 1865. do danas, 2015.*

9.4. Studio Bilić_Müller

Novi načini oblikovanja muzejskih publikacija i promidžbenih materijala vezanih uz izložbe MUO vidljiv je također u primjerima studija Bilić_Müller. Osnivačice studija, dizajnerice Dora Bilić (1978.) i Tina Müller (1978.) završile su 2003. produkt dizajn na Studiju dizajna u Zagrebu te se bave grafičkim dizajnom, fotografijom, modnim i umjetničkim projektima i postavima izložbi – među poznatijim ostvarenjima postava su ona za Muzej grada Zagreba (*Iskorak Vladimira Turine*, 2006.) i galeriju Klovićevi dvori (*Enigma objekta*, 2005.).¹³⁶ Također, njihova rješenja uključuju i ona za MUO, autorice su vizualnih identiteta izložbi, između ostalih: *Porculanski sjaj socijalizma; Dizajn porculana: JUGOKERAMIKA/INKER 1951. – 1991.* (2010.), *Marijina industrija ljepote / Marija Kalentić i Neva: dizajn ambalaže 1963. – 1985.* (2013.), *Radovan Tajder: arhitektura/arhitekt* (2014.), kao i *Veličanstveni Vranyczanyjevi* (2016.). Plakat izložbe (sl. 99) prati oblikovanje naslovne strane kataloga: uz reljef grba obitelji Vranyczany postavljen na bijelu pozadinu nalaze se s gornje i donje strane zlaćanim slovima ispisan naziv izložbe na hrvatskom i engleskom jeziku. Postavljanje (samo) fotografije grba govori o veličini obitelji Vranyczany – njima ne treba predstavljanje kroz mnogo motiva i detalja, već je jedan snažan i upečatljiv motiv dovoljan da privuče pozornost i progovori o njihovom podrijetlu, važnosti i snazi. Odabir žuto-smeđih tipografskih elemenata u kontrastu je sa sivim tonovima fotografije i dobra je protuteža hladnom reljefu. Činjenica da slično rješenje autorice koriste i na koricama kataloga potvrđuje snažnu povezanost svih promotivno-izdavačkih

¹³⁶ *Dizajn i nezavisna kultura*, (ur.) Maroje Mrduljaš, Dea Vidović; razgovore vodili Martina Budimir ... et al., Zagreb: Savez udruga Klubtura: UPI-2M Plus: Kurziv - Platforma za pitanja kulture, medija i društva, 2010., str. 215–221.

elemenata izložbe. Likovni postav izložbe potpisao je dizajnerski studio Šesnić & Turković što dokazuje da se zahtjevnim izložbenim projektima u Muzeju pristupa s velikom ozbiljnošću, angažiranjem čak dva dizajnerska studija u sklopu pripreme i organizacije.



Sl. 99. Studio Bilić_Müller,
Veličanstveni Vranyczanyjevi, 2016.

10. Prema zaključku

Plakati za izložbe Muzeja za umjetnost i obrt pokazali su se kroz vrijeme kao reklamno sredstvo koje je osim svoje funkcije obavještanja o manifestacijama ujedno ostalo kao vrijedan zapis duha vremena i načina promišljanja oblikovanja. Dalek je put prijeđen od 1950-ih, kada je Muzej tiskao skromne plakate izvedene samo i jedino tipografijom, do današnjih dana. Muzej s vremenom postaje bitan promotor dobrog dizajna, što je posebno došlo do izražaja od 1960-ih kada je Ivan Picelj počeo raditi plakate za promociju novog stalnog postava (1962.) i ostalih izložbi.

Iako se nakon 1960-ih i 1970-ih ne može govoriti o jedinstvenoj struji ili oblikovnom smjeru u kojem ide oblikovanje plakata, u slučaju Muzeja situacija je bila znatno bolja nego u drugim (komercijalnim) sektorima. Picelj je jedan od najistaknutijih autora po količini i duljini svoje suradnje s MUO-om, a protokom vremena mijenjaju se i stilske karakteristike njegovih plakata. Od početka 1960-ih radio je ostvarenja u duhu Novih tendencija – apstraktne, repetitivne forme koje naznačuju motive s izložbe pa sve do kraja 1970-ih godina kada je uveo ne-retuširanu fotografiju izložka na svoje plakate. Od 1970-ih plakate za MUO je radio i Mihajlo Arsovski, dizajner koji je koristio neonske, kontrastne boje i zaigranu tipografiju koja postaje slikovni, izražajni element plakata. Uz 90. godišnjicu postojanja Muzeja dizajnirao je plakat koji se sastoji od nekolicine slojeva značenja, što samo potvrđuje njegovo zaista duboko promišljanje teme

unatoč naizgled „samo“ razigranom plakatu nastalom na temeljima pop kulture. U istom desetljeću plakate za MUO između ostalih su radili i Branimir Baković te Ratko Petrić, na čijim smo primjerima vidjeli da svaki autor ima dosta slobodan pristup temi i često upotrebljava tehnike svojstvene svojim drugim radovima (poigravanje stilom fotografije kod Bakovića i slikanje tušem kod Petrića).

U MUO-u 1980-ih vlada stilski pluralizam – Boris Bućan radio je plakat za stotu obljetnicu postojanja, uzimajući pritom motiv vitičastih željeznih vrata (vidljiv na plakatu Ede Kovačevića za stalni postav iz 1952.) i interpretirajući ga na sebi svojstven način, dok drugi autori poput Fedora Ličine doprinose značajnom dijelu opusa muzejskih plakata. Ličina se u svojim plakatima često poigravao s najvažnijim motivima s izložbe i nije radio slična rješenja za različite teme već je svakoj izložbi pristupio na drugačiji način. Sredinom 1980-ih pratimo pomak od „klasičnih povremenih izložbi“ prema velikim kulturološkim projektima i hit-izložbama kao što je *Hrvatski narodni preporod* iz 1985., za koju je Boris Ljubičić radio čitav vizualni identitet, a primjenjuju se i novi načini oglašavanja s intervencijom na ulazu u Muzej. Krajem 1980-ih ističu se radovi Alfreda Pala, Milana Vulpea, Nenada Dogana i Vere Dajht-Kralj, koji svojim individualnim, slobodnim pristupom temi definiraju Muzej kao mjesto koje daje slobodu umjetnicima pri izražavanju svog stila umjesto unificiranja jednog ustaljenog izraza.

Razvoj nove tehnologije 1990-ih donosi intenzivna fotografska rješenja na plakatu jer fotografije često zauzimaju cijelu površinu plakata. Primjeri za takva ostvarenja nalaze se u radovima Ivana Doroghyja, Borisa Ljubičića i Ranka Novaka. Veliki kulturološki projekti sve više dolaze do izražaja, a umjetnička skupina ArTresor radila je na cjelokupnim identitetima izložbi, pa tako i plakatima. Na plakatima i dalje dominira fotografija ključnih izložaka, a počinje se sve češće uvoditi i logo sponzora jer kulturne institucije, pa tako i MUO, traže nove načine financiranja. Primjer uspješne suradnje Muzeja i novih partnera u kulturi jest izložba iz 2001. pod nazivom *Don't worry be healthy! Zdravo budi – dizajn lijekova Belupo*, za čiji je kvalitetno komunicirani oglašavački dio i cijeli vizualni identitet zaslužan Studio Rašić na čelu s Antom Rašićem. Studio Rašić uzeo je secesijske motive za izložbu *Secesija u Hrvatskoj* (2003.) i uz minimalne intervencije približio početke oglašavanja putem plakata na reinterpretirani, suvremeni način. U novije vrijeme ističu se radovi tandema Bachrach & Krištofić, koji u svojim radovima nastavljaju „tradiciju“ korištenja fotografije s motivima izložbe na plakatima, ali je postavljaju na način koji prkosi standardnim očekivanjima i na taj se način odmiču od uobičajenog i očekivanog, kao na primjeru plakata za izložbu *Akvizicije* iz 2013.

Iako je točno da Muzej ne spada u naručitelje iz kategorije „inzistiranja na logici materijalnog porasta“, on s novijim vremenom postaje jedan od sudionika velike konkurencije u oglašavačkom prostoru, koji je do današnjih dana sve prisutniji u stvarnom, ali i u virtualnom svijetu. Zaista je bila potrebna prilagodba novim tehnologijama (nakon možda ponešto slabije produkcije u počecima), što bi se u pojednostavljenom objašnjenju moglo svesti na činjenicu da je institucionalizirani oblik školovanja autora potpuno izostao, osim na Akademiji likovnih umjetnosti (grafički odsjek) i prije osnutka Studija dizajna 1989. Nakon početne prilagodbe nastaju izvrsna grafička rješenja koja više ne spadaju samo u formulu kataloga i plakata izložbe već obuhvaćaju i niz popratnih sadržaja kojima izložba dobiva svoj *total-dizajn*. Važno je iznova naglasiti da su plakate za Muzej radili mnogobrojni umjetnici koji su, zajedno sa zaposlenicima Muzeja, stvarali i odabirali rješenja plakata s mnogo više senzibiliteta prema ulozi i cilju plakata u javnom prostoru. U tim nastojanjima, kao što možemo vidjeti u primjeru novijih plakata za Muzej, struka podupire one početne postavke grupe Exat 51, kojima možemo zahvaliti za daljnji razvoj vizualne kulture na hrvatskom prostoru. Muzej je u svim svojim segmentima djelovanja, pa tako i u marketinškom smislu (plakatima izložaba), u središte svog poslanja postavio stalno održavanje visokih standarda vizualne kulture, temeljene na našoj bogatoj kulturnoj povijesti. Za zaključiti je da se MUO svojim oglašavanjem putem plakata trudi ići ukorak sa suvremenim trendovima i poticati rad hrvatskih umjetnika iz područja grafičkog dizajna. Potrebu za praćenjem interesa okoline i educiranjem javnosti naglašavao je još osnivač Muzeja Isidor Kršnjavi, a izgledno je da se ta tradicija, u vidu oglašavanja na plakatima, nastoji održati i do današnjih dana.

11. Popis literature

11.1. Knjige

Goran Arčabić, *Zagrebački zbor kao poveznica hrvatskog i europskog gospodarstva (1922.–1940.)*, Zagreb: Srednja Europa: Muzej grada Zagreba, 2013.

Stanko Bernik, *Ivan Picelj: kristal & ploha: 1951.–2005.*, katalog izložbe (Zagreb, Klovićevi dvori, 3. 4.–15. 5. 2005.), (ur.) Biserka Rautar Plančić, Zagreb: Galerija Klovićevi dvori, 2005.

Jerko Denegeri, *EXAT 51; Nove tendencije: umjetnost konstruktivnog pristupa*, Zagreb: Horetzky, 2000.

Ylva French, Sue Runyard, *Marketing and public relations for museums, galleries, cultural and heritage attractions*, London and New York: Routledge, 2011.

Jasmina Fučkan, *Bachrach & Krištofić: dizajn i fotografija*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 7. 9.–23. 10. 2016.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 2016.

Jasna Galjer, *Arsovski*, Zagreb: Horetzky, 2010.

Jasna Galjer, »Hrvatski dizajn pedesetih«, u: *Pedesete godine u hrvatskoj umjetnosti*, katalog izložbe (Zagreb: Dom hrvatskih likovnih umjetnika, 24. 10.–7. 12. 2004), (ur.) Zvonko Maković, Zagreb: Hrvatsko društvo likovnih umjetnika, 2004.

Jasna Galjer, »Plakat«, u: *Od Klovića i Rembrandta do Warhola i Picelja*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 8. 12. 2009.–31. 1. 2010), (ur.) Mikica Maštrović, Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2009.

Jasna Galjer, *Plakati Muzeja za umjetnost i obrt*, katalog izložbe (1996.), (ur.) Vladimir Maleković, Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 1996.

Miroslav Gašparović, *Umjetnost uvjeravanja: oglašavanje u Hrvatskoj 1835.–2005.*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 12. 6.–16. 7. 2006.), Zagreb: Hrvatski oglasni zbor, 2006.

Renata Gotthardi-Škiljan, *Plakat u Hrvatskoj do 1941: Prinos proučavanju hrvatskog plakata*, katalog izložbe (8. 2.–3. 3. 1974.), Zagreb: Kabinet grafike Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti, 1975.

Arnold Hauser, *Sociologija umjetnosti*. Knj 2., Zagreb: Školska knjiga, 1986.

Branka Hlevnjak, »Grafičke metonimije Alfredda Pala«, u: Alfred Pal: grafički dizajn: retrospektiva, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 15. 9.–11. 10. 2009.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 2009.

Vera Horvat Pintarić, *KIKY VICES VINCI: Nakit*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 9. 4. –25. 4. 1965.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 1965.

Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940.*, Zagreb: Institut za povijest umjetnosti: Nacionalna i sveučilišna knjižnica: Horetzky, 1999.

Ljiljana Kolečnik, »Konfliktne vizije moderniteta i poslijeratna moderna umjetnost«, u: *Socijalizam i modernost: umjetnost, kultura, politika: 1950.–1974.*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej suvremene umjetnosti, 2. 12. 2011.–5. 2. 2012.) (ur.) Ljiljana Kolečnik, Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti: Institut za povijest umjetnosti, 2012.

Enciklopedija Leksikografskog Zavoda (III. svezak - Heliodor-Lagerlof), (red.) Miroslav Krleža, Marko Kostrenčić, Zagreb: Jugoslavenski leksikografski zavod, 1969.

Dejan Kršić, »Grafički dizajn i vizualne komunikacije, 1950.–1975.«, u: *Socijalizam i modernost: umjetnost, kultura, politika: 1950.–1974.*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej suvremene umjetnosti, 2. 12. 2011.–5. 2. 2012.) (ur.) Ljiljana Kolečnik, Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti: Institut za povijest umjetnosti, 2012.

Dejan Kršić, *Bachrach & Krištofić: dizajn i fotografija*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 7. 9.–23. 10. 2016.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 2016.

Boris Ljubičić, *Samo plakati*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej suvremene umjetnosti, 12. 7.–25. 8. 2013.), Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti, 2014.

Olga Maruševski, *Društvo umjetnosti: 1868–1879.–1941.: iz zapisaka Hrvatskog društva likovnih umjetnika*, Zagreb: Društvo povjesničara umjetnosti Hrvatske, 2004.

Olga Maruševski, *Iso Kršnjavi kao graditelj. Izgradnja i obnova obrazovnih, kulturnih i umjetničkih objekata u Hrvatskoj*, Zagreb: Društvo povjesničara umjetnosti Hrvatske, 1986.

Dizajn i nezavisna kultura, (ur.) Maroje Mrduljaš, Dea Vidović; razgovore vodili Martina Budimir ... et al., Zagreb: Savez udruga Klubtura: UPI-2M Plus: Kurziv - Platforma za pitanja kulture, medija i društva, 2010.

Sezona u plakatu 74 / 75, katalog izložbe (Zagreb, Studio galerija Forum, rujan – listopad 1975.), Zagreb: Studio galerija Forum, 1975.

Andrej Smrekar, *Ranko Novak – dizajn plakata izložbi*, katalog izložbe (Zagreb, Muzej za umjetnost i obrt, 14. 9.–24. 10. 2004.), Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 2004.

Ana Šeparović, *Jerolim Miše: Između slike i riječi*, Zagreb: Plejada, 2016.

Ive Šimat Banov, Branka Hlevnjak, Ivica Župan, *Ratko Petrić*, Zagreb: Akademija likovnih umjetnosti, 2007.

Tomislav Šola, *Marketing u muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti*, Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2001.

11.2. Poglavlja u knjizi

Feda Vukić, »Vizualna kultura osamdesetih« u: *Sintaksa hrvatskoga jezika; Književnost i kultura osamdesetih: zbornik radova 39. seminara Zagrebačke slavističke škole* (Dubrovnik, 2010.), (ur.) Krešimir Mićanović, Zagreb: Filozofski fakultet, Zagrebačka slavistička škola, Hrvatski seminar za strane slaviste, 2011.

11.3. Članci

»In memoriam Zoran Pavlović (14. 2. 1941.–12. 2. 2011.): Legendarni grafički urednik i karikaturist.« *Jutarnji list*, Zagreb, 15. veljače 2011.

Aubrey Beardsley, »The Art of Hoarding«, u: *The New Review*, srpanj 1894., The Cypher Press: <http://www.cypherpress.com/content/beardsley/prose/hoarding.php>

Kamilo Burger, »Plakat – likovni element ulice«, u: *15 dana: Kronika naše kulture* 4 (1962.)

Jasna Galjer, »Dizajn kao multikulturni proizvod«, u: *Oris* 13 (2002.)

Branka Hlevnjak, »Komentar: „In memoriam“«, u: *Hrvatsko slovo*, Zagreb, 07. travnja 2006.

Dorotea Jendrić, »Ivan Doroghy: O grafičkom dizajnu«, u: *Večernji list*, 19. rujan 1990.

Iva Körbler, »Razgovor: Ranko Novak – Dizajner rješava tuđe probleme«, u: *Vijenac* 197, 20. rujna 2011.

Marko Kružić, »Ramica dijapozitiva«, u: *Vijenac* 276, 30. rujna 2004.

Vesna Lovrić Plantić, »Značenje vizualnog identiteta Muzeja za umjetnost i obrt«, u: *Informatica Museologica* 32 (2001.)

Boris Ljubičić, »Muzej za umjetnost i obrt / Vizualni identitet«, u: *Informatica Museologica* 1 / 4, (1994.)

Lovorka Magaš Bilandžić, »Plakati Zagrebačkog zbora u međuratnom razdoblju (1922.–1940.): prilog povijesti hrvatskoga grafičkog dizajna«, u: *Peristil* 57 (2014.).

Slavica Marković, »Uz desetu obljetnicu Galerije Antuna Augustinčića u Klanjcu«, u: *Informatica Museologica* 16 (1986.)

Ivo Maroević, »Noviji radovi Borisa Bućana u kontekstu likovnih tendencija osamdesetih godina«, u: *Život umjetnosti* 33/34 (1982.)

Tonko Maroević, »Sjećanje: Fedor Ličina Pip (1939 – 2006): U počast okomici.«, u: *Vijenac*, 316, 13. travnja 2006.

Mirjana Šigir, »Ukrašivač knjiga«, u: *Vjesnik*, Zagreb, 28. srpanj 1982.,

Marija Tonković, Plakati Ivana Picelja iz fundusa Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu, Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, (1979.)

Marija Tonković, »Vizuelni identitet izložbe „Hrvatski narodni preporod 1790-1848“«, u: *Život umjetnosti* 43/44 (1988.)

Marina Tenžera, »Zaboravljeni p(a)latni humanizam«, u: *Vjesnik*, Zagreb, 22. listopada 2004.

Berislav Valušek, »Salon '54 u Rijeci«, u: *Život umjetnosti* 36 (1983.)

Žarka Vujić, »Postanak i razvoj umjetničkih muzeja i galerija u Zagrebu«, u: *Muzeologija* 29/30 (1993.)

Jasenko Zekić, »Univerzijada '87.–drugi ilirski preporod«, u: *Časopis za suvremenu povijest* 39 (2007.)

Milan Zinaić, »Portreti u Malom salonu u Rijeci« u: *Novi list*, Rijeka, 16. listopada 1974.

11.4. Arhivski izvori

Arhiv za likovne umjetnosti Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Zagreb

- Dosje Fedor Ličina
- Dosje Ratko Petrić
- Dosje Zoran Pavlović

11.5. Predavanja

Dejan Kršić, *Plakat u Hrvatskoj od Toulouse-Lautreca do Franje Tuđmana - jedan narativ o povijesti dizajna plakata s posebnim osvrtom na rad Borisa Bućana* u sklopu izložbe Borisa Bućan: Doručak u štampariji (Muzej suvremene umjetnosti, 14. 4.–29. 5. 2016.), 24. svibnja 2016.

Rick Poynor, *Rani plakati Borisa Bućana* u sklopu izložbe Borisa Bućan: Doručak u štampariji (Muzej suvremene umjetnosti, 14. 4.–29. 5. 2016.), 17. svibnja 2011.

11.6. Internetski izvori

City light plakati, <http://pio.hr/ponuda/citylight-2/> (pregledano 23. rujna 2016.)

Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Rašić, Ante. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=51907> (pregledano 4. rujna 2016.)

Muzej za umjetnost i obrt: O muzeju, <https://www.muio.hr/about/> (pregledano 2. listopada 2016.)

Predstava: Ljetne noći Teatra Exit: osamnaest predstava u MUO-u, <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=65615> (pregledano 10. prosinca 2016.)

Ranko Novak: *Razstava razstavnih plakatov*, <http://www.ng-slo.si/si/razstave-in-projekti/razstava/ranko-novak?id=1359> (pregledano 10. prosinca 2016.)

Studio Rašić, <http://www.studio-rasic.hr/> (pregledano 21. rujna 2016.)

Studio Oaza: About, <http://www.o-a-z-a.com/en/about> (pregledano 20. siječnja 2017.)

12. Popis slikovnih priloga

Sl. 1. Robert Auer, *II. izložba Društva hrvatskih umjetnika, 1900*. Preuzeto iz: Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940.*, Zagreb: Institut za povijest umjetnosti: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Horetzky, 1999.

Sl. 2. Tomislav Krizman, *Proljetni salon*, 1916. Preuzeto iz: Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940.*, Zagreb: Institut za povijest umjetnosti: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Horetzky, 1999.

Sl. 3. Jerolim Miše, *Proljetni salon – samostalna izložba*, 1916. Preuzeto iz: Lada Kavurić, *Hrvatski plakat do 1940.*, Zagreb: Institut za povijest umjetnosti: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Horetzky, 1999.

Sl. 4. Milivoj Uzelac, *Proljetni salon*, 1919. Preuzeto iz: Lada Kavurić, *Stoljeće hrvatskog plakata*, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Kabinet grafike, 2001.

Sl. 5. Maksimilijan Vanka, *Izložba Lade*, 1920. Preuzeto iz: Lada Kavurić, *Stoljeće hrvatskog plakata*, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Kabinet grafike, 2001.

Sl. 6. Jerolim Miše, *Izložba slika Joze Kljakovića*, 1920. Preuzeto iz: Ana Šeparović, *Jerolim Miše: Između slike i riječi*, Zagreb: Plejada, 2016.

Sl. 7. Ljubo Babić, *Babić-Becić-Miše*, 1931., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=2582>) (pregledano 20. siječnja 2017.).

Sl. 8. Edo Kovačević, *MUO stalni postav*, 1952., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 9. Nepoznati autor, *Izložba engleskih akvarela i crteža*, 1954., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 10. Nepoznati autor, *Umjetnička obrada metala kroz vjekove*, 1954., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 11. Nepoznati autor, *Od sunčane ure do modernog kronometra*, 1954., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 12. Nepoznati autor, *Milan Kičin: izložba keramike*, 1955., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 13. Nepoznati autor, *Stančić, Ivančić, Vaništa, Michieli, Kožarić*, 1955., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 14. Nepoznati autor, *Oblici odjeće*, 1955., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 15. Ivan Picelj, *Salon 54*, 1954. Muzejsko-dokumentacijski centar: Zbirka muzejskih plakata. (<http://www.mdc.hr/hr/mdc/zbirke-fondovi/zbirka-muzejskih-plakata/pregled-zbirke-plakata/salon-54,7656.html>) (pregledano 20. siječnja 2017.).

Sl. 16. Ivan Picelj, *Kompozicija*, 1954. Preuzeto iz: *Ivan Picelj: kristal & ploha: 1951.–2005.*, katalog izložbe (Zagreb, Klovićevi dvori, 3. 4.–15. 5. 2005.), (ur.) Biserka Rautar Plančić, Zagreb: Galerija Klovićevi dvori, 2005.

Sl. 17. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 18. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 19. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 20. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 21. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 22. Ivan Picelj, *Stalni postav MUO*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 23. Ivan Picelj, *Antun Motika*, 1962., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 24. Ivan Picelj, *Skandinavski oblik*, 1962., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=64169>) (pregledano 20. siječnja 2017.).

- Sl. 25. Ivan Picelj, *Industrijsko oblikovanje u Italiji*, 1964., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 26. Ivan Picelj, *Minijatura u Jugoslaviji*, 1964. MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=6214>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 27. Ivan Picelj, *Medalja u Hrvatskoj*, 1964., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=64345>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 28. Ivan Picelj, *Fotografija u muzeju i atelijeru*, Z. Mikas, 1963., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 29. Ivan Picelj, *Automatofoni*, 1963., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=64266>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 30. Ivan Picelj, *Murtić*, 1963., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 31. Ivan Picelj, *Tadeusz Szymanski: staklo*, 1963., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 32. Ivan Picelj, *Richter*, 1964., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 33. Ivan Picelj, *Francuska tapiserija*, 1965., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 34. Ivan Picelj, *Kiky Vices Vinci*, 1965., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 35. Ivan Picelj, *Vidović*, 1963., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=3467>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 36. Ivan Picelj, *Likovno obrazovanje u SAD*, 1965., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 37. Ivan Picelj, *Fotograf Edward Steichen*, 1966., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

- Sl. 38. Ivan Picelj, *Suvremena francuska tapiserija*, 1966., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 39. Ivan Picelj, *Blago s morskog dna*, 1971., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 40. Ivan Picelj, *Keramika I*, 1971., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=6255>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 41. *100 godina fotografije u Hrvatskoj – 20 godina Fotokemike*, 1966., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=3558>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 42. *Pismo kroz vjekove*, 1967., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=3583>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 43. Boris Bućan, *Arsovski*, 1971., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=4341>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 44. Mihajlo Arsovski, *Suvremena primijenjena umjetnost SSR Estonije, Letonije, Litve*, 1967., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 45. Mihajlo Arsovski, *Svjetiljke*, 1970., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=6230>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 46. Mihajlo Arsovski, *Bezeredi*, 1970., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=6232>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 47. Mihajlo Arsovski, *Mladen Pejaković*, 1971., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 48. Mihajlo Arsovski, *Muzej za umjetnost i obrt 90 godina*, 1970., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=6231>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 49. Ivan Picelj, *Milana Hrzić-Balić*, 1971., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=64253>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 50. Ivan Picelj, *Umjetnost tekstila*, 1972., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=6256>) (pregledano 20. siječnja 2017.).

- Sl. 51. Sl. 51. Ivan Picelj, *Finski dizajn*, 1971., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 52. Ivan Picelj, *Milan Vulpe – retrospektiva*, 1977., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 53. Ivan Picelj, *Stolno posuđe i pribor od renesanse do secesije*, 1973., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 54. Ivan Picelj, *Blanka Dužanec*, 1976., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 55. Ivan Picelj, *Krapinska kamenina*, 1978., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 56. Ivan Picelj, *Bečka arhitektura oko 1900.*, 1969., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 57. Ivan Picelj, *Secesija u Hrvatskoj*, 1977., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 58. Ivan Picelj, *Prigodni logo povodom 100 godišnjice MUO*, 1980. Preuzeto iz: Vesna Lovrić Plantić, »Značenje vizualnog identiteta Muzeja za umjetnost i obrt«, u: *Informatica Museologica* 32 (2001.)
- Sl. 59. Branimir Baković, *Staklo Rogaška '75*, 1975., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 60. Nepoznati autor, *Rogaška '79*, 1979., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 61. Ratko Petrić, *Berlinski pjesnici - slikari*, 1976., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 62. Ivan Picelj, *Sakralna umjetnost iz fundusa Muzeja za umjetnost i obrt*, 1979., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 63. Ivan Picelj, *Kinesko tradicionalno slikarstvo*, 1980., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

- Sl. 64. Nepoznati autor, *Oslikana pozlaćena koža*, 1978., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 65. Nepoznati autor, *Donacija Ljube Penić*, 1980., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 66. Boris Bućan, *Kada ste posljednjih 100 godina bili u MUO*, 1980., MUO, AthenaPlus, digitalni repozitorij muzeja. (<http://athena.muo.hr/?object=detail&id=7160>) (pregledano 20. siječnja 2017.).
- Sl. 67. Zoran Pavlović, *Englesko srebro od 16. do 20. stoljeća*, 1980., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 68. Zoran Pavlović, *Poljska umjetnička tkanina od 18. stoljeća do danas*, 1980., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 69. Fedor Ličina, *Chicago: 150 godina arhitekture*, 1984., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 70. Fedor Ličina, *Helmut Jahn*, 1988., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 71. Fedor Ličina, *Tomislav Ostoja*, 1988., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 72. Fedor Ličina, *Frano Branko Angeli Radovani*, 1984., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 73. Fedor Ličina, *Suvremena japanska keramika*, 1988., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 74. Fedor Ličina, *Suvremena japanska arhitektura*, 1989., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 75. Boris Ljubičić, *Hrvatski narodni preporod 1790. – 1818.*, 1985., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 76. Boris Ljubičić, *Damir Fabijanić*, 1988., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

- Sl. 77. Alfred Pal, *Portreti*, 1986., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 78. Milan Vulpe, *Svjetska izložba sportskog plakata WESPO*, 1987., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 79. Nenad Dogan, *Kostimograf Inge Kostinčer*, 1987., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 80. Vera Dajht-Kralj, *Recentni nakit*, 1988. , Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 81. Ivan Doroghy, *Iz riznica umjetnosti Istre*, 1991., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 82. Boris Ljubičić, *MUO stalni postav*, 1995., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 83. Ranko Novak i Nenad Dogan, *Od svagdana do blagdana – Barok u Hrvatskoj*, 1993., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 84. ArTresor, *Kultura Pavlina u Hrvatskoj*, 1989., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 85. ArTresor, *Bidermajer u Hrvatskoj*, 1997., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 86. Studio Rašić, *Don't worry be Healthy*, 2001., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 87. Studio Rašić, *Secesija u Hrvatskoj*, 2003., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 88. Studio Rašić, *Secesija u Hrvatskoj*, 2003., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.
- Sl. 89. Studio Rašić, *Secesija u Hrvatskoj*, 2003., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 90. Studio Rašić, *Secesija u Hrvatskoj*, 2003., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 91. Studio Rašić, *Secesija u Hrvatskoj*, 2003., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Slika 92. Studio Rašić, *Umjetnost uvjeravanja*, 2006., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 93. Ranko Novak, *Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*, 2011. Izloženo na izložbi Zgraf 12 (Zagreb, Lauba, 9.–24. 01. 2017.), snimak autorice.

Sl. 94. Ranko Novak, *Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*, 2011. Izloženo na izložbi Zgraf 12 (Zagreb, Lauba, 9.–24. 01. 2017.), snimak autorice.

Sl. 95. Ranko Novak, *Arhitektura i performans, Grafike iz kabineta Luja XIV. u fondusu MUO*, 2015. Izloženo na izložbi Zgraf 12 (Zagreb, Lauba, 9.–24. 01. 2017.), snimak autorice.

Sl. 96. Bachrach & Krištofić, *Akvizicije*, 2013., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 97. Bachrach & Krištofić, *Herman Bollé*, 2015., Muzej za umjetnost i obrt, Odjel dokumentacije, digitalna reprodukcija.

Sl. 98. Studio Oaza, *U dobru i zlu: vjenčana odjeća od 1865. do danas*, 2015. Preuzeto sa: <http://www.o-a-z-a.com/en/projects/for-better-or-worst-u-dobru-i-zlu?category=exhibition-design> (pregledano 20. siječnja 2017.)

Sl. 99. Studio Bilić_Müller, *Veličanstveni Vranyczanyjevi*, 2016. Preuzeto sa:

<http://www.matica.hr/knjige/1149/> (pregledano 20. siječnja 2017.)

13. Popis reproduciranih plakata

Godina	Dizajn	Naziv izložbe	Str.
1919.	Milivoj Uzelac	<i>Proljetni salon</i>	7
1920.	Maksimilijan Vanka	<i>Izložba Lade</i>	7
1920.	Jerolim Miše	<i>Izložba slika Joze Kljakovića</i>	7
1952.	Edo Kovačević	<i>Stalni postav</i>	9
1954.		<i>Izložba engleskih akvarela i crteža</i>	9
1954.		<i>Umjetnička obrada metala kroz vjekove</i>	9
1954.		<i>Od sunčane ure do modernog kronometra</i>	9
1954.		<i>Milan Kičin: Izložba keramike</i>	10
1955.		<i>Izložba: Stančić, Ivančić, Vaništa, Michieli, Kožarić</i>	10
1955.		<i>Oblici odjeće</i>	10
1962.	Ivan Picelj	<i>Stalni postav (1)</i>	14
1962.	Ivan Picelj	<i>Stalni postav (2)</i>	14
1962.	Ivan Picelj	<i>Stalni postav (3)</i>	14
1962.	Ivan Picelj	<i>Stalni postav (4)</i>	14
1962.	Ivan Picelj	<i>Stalni postav (5)</i>	14
1962.	Ivan Picelj	<i>Stalni postav (6)</i>	14
1962.	Ivan Picelj	<i>Antun Motika: staklo</i>	15
1962.	Ivan Picelj	<i>Skandinavski oblik</i>	15
1963.	Ivan Picelj	<i>Fotografija u muzeju i atelijeru, Z. Mikas</i>	16
1963.	Ivan Picelj	<i>Automatofoni</i>	16
1963.	Ivan Picelj	<i>Murtić</i>	16
1963.	Ivan Picelj	<i>Tadeusz Szymanski: staklo</i>	16
1964.	Ivan Picelj	<i>Industrijsko oblikovanje u Italiji</i>	15
1964.	Ivan Picelj	<i>Minijatura u Jugoslaviji</i>	15
1964.	Ivan Picelj	<i>Medalja u Hrvatskoj</i>	15
1964.	Ivan Picelj	<i>Richter</i>	17
1965.	Ivan Picelj	<i>Francuska tapiserija</i>	17
1965.	Ivan Picelj	<i>Kiky Vices Vinci</i>	17
1965.	Ivan Picelj	<i>Likovno obrazovanje u SAD</i>	18
1966.	Ivan Picelj	<i>Fotograf Edward Steichen</i>	19
1966.	Ivan Picelj	<i>Suvremena francuska tapiserija</i>	20
1967.	Picelj / Arsovski?	<i>100 godina fotografije u Hrvatskoj - 20 godina Fotokemike</i>	20
1967.	Picelj / Arsovski?	<i>Pismo kroz vjekove</i>	20
1967.	Mihajlo Arsovski	<i>Suvremena primijenjena umjetnost SSR Estonije, Letonije, Litve</i>	23
1969.	Ivan Picelj	<i>Bečka arhitektura oko 1900.</i>	27
1970.	Mihajlo Arsovski	<i>90 godina Muzeja za umjetnost i obrt</i>	24
1970.	Mihajlo Arsovski	<i>Bezeredi</i>	23
1970.	Mihajlo Arsovski	<i>Svjetiljke</i>	23
1970.	Mihajlo Arsovski	<i>Muzej za umjetnost i obrt 90 godina</i>	24
1971.	Mihajlo Arsovski	<i>Mladen Pejaković</i>	23
1971.	Ivan Picelj	<i>Keramika 1</i>	20
1971.	Ivan Picelj	<i>Blago s morskog dna</i>	20
1971.	Ivan Picelj	<i>Finski dizajn</i>	25
1972.	Ivan Picelj	<i>Milana Hrzić Balić</i>	25
1972.	Ivan Picelj	<i>Umjetnost tekstila</i>	25
1973.	Ivan Picelj	<i>Stolno posuđe i pribor od renesanse do secesije</i>	26
1975.	Branimir Baković	<i>Staklo: Rogaška '75</i>	29
1976.	Ratko Petrić	<i>Berlinski pjesnici – slikari</i>	30

1976.	Ivan Picelj	<i>Blanka Dužanec</i>	26
1977.	Ivan Picelj	<i>Milan Vulpe: Retrospektiva</i>	25
1977.	Ivan Picelj	<i>Secesija u Hrvatskoj</i>	27
1978.		<i>Oslíkana pozlaćena koža od 16. do 18. stoljeća</i>	31
1978.	Ivan Picelj	<i>Krapinska kamenina</i>	26
1979.	Ivan Picelj	<i>Sakralna umjetnost iz fundusa MUO</i>	31
1979.		<i>Staklo: Rogaška '79</i>	29
1980.	Boris Bućan	<i>Kada ste posljednjih 100 godina bili u MUO</i>	33
1980.	Zoran Pavlović	<i>Englesko srebro od 16. do 20. stoljeća</i>	34
1980.	Zoran Pavlović	<i>Poljska umjetnička tkanina od 18. stoljeća do danas</i>	34
1980.	Ivan Picelj	<i>Kinesko tradicionalno slikarstvo</i>	31
1980.		<i>Donacija Ljube Penić</i>	31
1984.	Fedor Ličina	<i>Franko Branko Angeli Radovani</i>	35
1984.	Fedor Ličina	<i>Chicago – 150. godina arhitekture</i>	35
1985.	Boris Ljubičić	<i>Hrvatski narodni preporod 1790. – 1818.</i>	36
1986.	Alfred Pal	<i>Portreti</i>	38
1987.	Milan Vulpe	<i>Svjetska izložba sportskog plakata WESPO</i>	39
1987.	Nenad Dogan	<i>Kostimograf Inge Kostinčér</i>	40
1988.	Fedor Ličina	<i>Helmút Jahn</i>	35
1988.	Fedor Ličina	<i>Suvremena japanska keramika</i>	35
1988.	Vera Dajht-Kralj	<i>Recentni nakit</i>	40
1988.	Fedor Ličina	<i>Tomislav Ostoja</i>	35
1988.	Boris Ljubičić	<i>Damir Fabijanić</i>	37
1989.	Fedor Ličina	<i>Suvremena japanska arhitektura</i>	35
1989.	ArTresor	<i>Kultura Pavlina u Hrvatskoj</i>	48
1991.	Ivan Doroghy	<i>Iz riznica umjetnosti Istre</i>	42
1993.	Ranko Novak i Nenad Dogan	<i>Od svagdána do blagdána – Barok u Hrvatskoj</i>	47
1995.	Boris Ljubičić	<i>Stalni postav</i>	43
1997.	ArTresor	<i>Bidermajer u Hrvatskoj</i>	48
2001.	Studio Rašić	<i>Don't worry be healthy – BELUPO</i>	49
2003.	Studio Rašić	<i>Secesija u Hrvatskoj (1)</i>	50
2003.	Studio Rašić	<i>Secesija u Hrvatskoj (2)</i>	50
2003.	Studio Rašić	<i>Secesija u Hrvatskoj (3)</i>	50
2003.	Studio Rašić	<i>Secesija u Hrvatskoj (4)</i>	50
2003.	Studio Rašić	<i>Secesija u Hrvatskoj (5)</i>	51
2006.	Studio Rašić	<i>Umjetnost uvjeravanja: oglašavanje u Hrvatskoj</i>	52
2011.	Ranko Novak	<i>Art Déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata (1)</i>	53
2011.	Ranko Novak	<i>Art Déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata (2)</i>	53
2013.	Bachrach & Krištofić	<i>Akvizicije MUO-a</i>	55
2015.	Bachrach & Krištofić	<i>Herman Bollé</i>	55
2015.	Ranko Novak	<i>Arhitektura i performans, Grafike iz kabineta Luja XIV. u fundusu MUO</i>	53
2015.	Studio Oaza	<i>U dobru i zlu: vjenčana odjeća od 1865. do danas</i>	56
2016.	Studio Bilić_Müller	<i>Veličanstveni Vranyczanyevi</i>	57

14. Summary

The thesis deals with a selection of posters for exhibitions held by the Museum of Arts and Crafts, dating from the 1950s to the present. The Museum's posters proved to be a successful form of advertisement which, beyond their informative function, became a testimony of the spirit of the times and modes of thinking about design. Among the examined works are those of Ivan Picelj, who became the most prominent artist in the Museum for almost two decades (1962 – 1980) due to the quality and quantity of his works. Thanks to Picelj, the Museum became a promotional platform for good Croatian design. Since its founding in 1880, the Museum of Arts and Crafts scrutinizes and educates the society and strives to keep pace with modern trends in advertising by commissioning Croatian artists in the field of graphic design to create posters for its exhibitions.

Key words: art, exhibition, marketing, Museum of Arts and Crafts, Ivan Picelj, poster, visual identity